



STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA DALAM MENARIK MASYARAKAT UNTUK MEMBAYAR ZAKAT

Erni Nasution¹, Darwis Harahap², Muhammad Wandisyah R. Hutagalung³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

^{1,2,3}Jl. H. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Kota Padangsidimpuan-Sumatera Utara

Email: erninasutionerni@gmail.com, [darwisharahap@iain-](mailto:darwisharahap@iain-padangsidimpuan.ac.id)

[padangsidimpuan.ac.id](mailto:wandisyah@iain-padangsidimpuan.ac.id), wandisyah@iain-padangsidimpuan.ac.id

Abstrak

Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang memiliki fungsi sebagai tempat menerima simpanan uang, menyalurkan pembiayaan dan juga jasa perbankan. Dalam pembayaran zakat, para nasabah Bank Syariah Indonesia Gunung Tua telah diberikan kemudahan. Zakat hukumnya wajib tiap-tiap muslim yang mempunyai harta benda menurut ketentuan yang telah ditetapkan hukum Islam. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi Bank Syariah Indonesia dalam menarik masyarakat untuk membayar zakat. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif, dan subjek dari penelitian ini merupakan pimpinan dan karyawan yang bekerja Bank Syariah Indonesia Gunung Tua. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, teknik observasi subjek penelitian, dan teknik dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam menarik masyarakat untuk membayar zakat di Bank Syariah Indonesia Gunung Tua dengan menjelaskan apa saja keunggulan yang terdapat di dalam Bank Syariah Indonesia Gunung Tua, dan memberikan layanan yang layak bagi nasabah untuk transaksi dalam membayar zakat. Strategi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia dalam menarik masyarakat untuk membayar zakat adalah dengan menggunakan strategi marketing mix yakni *product, promotion, people, place*.

Kata Kunci: Strategi, Membayar Zakat, Perbankan Syariah

Abstract

Islamic banking is an institution that carries out three main functions, namely accepting deposits, lending money, and providing services. Bank Syariah Indonesia Gunung Tua has made it easy for customers to pay zakat. Zakat is obligatory for every Muslim who has property according to the provisions established by Islamic law. The purpose of the study was to determine the strategy of Bank Syariah Indonesia in attracting the public to pay zakat. This research is a qualitative research with a descriptive approach. The subjects of this study were employees at Bank Syariah Indonesia Gunung Tua. Data collection techniques using technical interviews, observations with research subjects and documentation. The data analysis technique used descriptive qualitative. The results of research that have been carried out by researchers in attracting the public to pay zakat at Bank Syariah Indonesia Gunung Tua by explaining what are the advantages of Bank Syariah Indonesia Gunung Tua, and providing services for customers for transactions in paying zakat. The strategy carried out by Bank Syariah Indonesia in attracting people to pay zakat is to use a marketing mix strategy, namely *product, promotion, people, place*.

Keywords: Strategy, Paying Zakat, Islamic Banking

PENDAHULUAN

Tren peningkatan atau kemajuan Bank Syariah menunjukkan sinyal positif di Indonesia. Dapat dilihat dari meningkatnya pertumbuhan ekonomi yang berkesinambungan dan berkembang. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan fungsi sebagai lembaga untuk menyimpan uang, menyalurkan pembiayaan dan jasa perbankan (Khairul Umam, 2013).

Pendistribusian zakat BAZNAS Gunung Tua pada tahun 2020 yaitu zakat pendidikan berupa beasiswa yang disalurkan oleh provinsi kemudian didistribusikan oleh BAZNAS Gunung Tua, untuk 2 orang yang membutuhkan dan ini merupakan program BAZNAS Provinsi untuk setiap BAZNAS Kabupaten/Kota. Maka ditunjuklah Bank Syariah Indonesia cabang Gunung Tua sebagai lembaga perpanjangan tangan BAZNAS untuk menerima dana zakat tersebut. Bank Syariah Indonesia cabang Gunung Tua harus memiliki strategi yang signifikan agar masyarakat memiliki ketertarikan untuk membayarkan zakat mereka. (Senja Nila, 2014).

Meskipun bank syariah adalah lembaga yang dapat menghimpun dana zakat dari masyarakat, akan tetapi kurangnya mensosialisasikan produk penghimpunan zakat sehingga masyarakat tidak mengetahui bahwa di dalam lembaga perbankan juga bisa melakukan pembayaran zakat, disamping itu masyarakat hanya mengetahui bahwa lembaga perbankan terutama perbankan syariah hanya sebagai tempat atau wadah untuk penghimpun dan penyaluran dana termasuk Bank Syariah Indonesia Cabang Gunung Tua. Kurangnya strategi Bank Syariah Indonesia Cabang Gunung Tua dalam mensosialisasikan produk penghimpun zakat tersebut sehingga masyarakat ragu dan tidak mengetahuinya.

Di lingkungan masyarakat, mereka meyakini dalam pembayaran zakat harus jelas akadnya, jelas kadarnya, dan tidak sedikit dari masyarakat bahwa transaksi keuangan yang dilakukan dengan bank bersifat haram dan terdapat riba di dalamnya. Sehingga masyarakat masih ragu untuk membayar zakat melalui bank. (Shiddieqie dkk, 2015).

Strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia cabang Gunung Tua untuk menarik minat masyarakat dalam membayar zakat masih kurang dikarenakan minimnya sosialisasikan terkait penyaluran zakat melalui bank. Sosialisasikan terkait pembayaran zakat hanya diberitahukan kepada nasabah baru yang hendak membuka rekening tabungan pada Bank Syariah Indonesia cabang Gunung Tua.

Hal ini sesuai dengan pernyataan pimpinan Bank Syariah Indonesia cabang Gunung Tua bahwa hanya 40% nasabah yang mau tabungannya dipotong zakat, dapat dikatakan 1 hari hanya 10 nasabah dalam setiap bulan cuma 4 nasabah yang menginginkan tabungannya dipotong zakat. Karena rendahnya minat nasabah membayar zakat disebabkan masyarakat yang menabung dibank syariah Indonesia cabang Gunung Tua kurang memahami tentang pengelolaan zakat, serba Bank Syariah Indonesia cabang Gunung Tua tidak mewajibkan bagi

nasabah artinya mana yang mau untuk disarankan bagi yang tidak berkenan tidak menjadi masalah semua tergantung pada pilihan nasabah itu sendiri.

KAJIAN TEORITIS

Strategi merupakan bahasa Yunani, diambil dari kata *strategos* yang memiliki definisi komandan militer. Sekarang ini, penggunaan kata strategi sudah menyebar luas baik untuk bidang peperangan, olahraga, sampai dengan bidang bisnis. Dalam peperangan, strategi digunakan untuk mengalahkan musuh dan memenangkan peperangan, dalam olahraga strategi digunakan untuk memenangkan pertandingan, dan di dalam dunia bisnis strategi digunakan agar dapat menguasai pasar. Jika dibuat lebih rinci, strategi dalam bisnis merupakan cara sebuah perusahaan agar kekuatan yang mereka miliki setara atau melebihi kekuatan dari pesaingnya. (Senja Nila, 2014).

Langkah awal yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produknya dengan melakukan strategi pemasaran. Untuk memaksimalkan strategi pemasaran tersebut, perusahaan harus mengoptimalkan kekuatan internal dan kekuatan eksternal dari perusahaan itu sendiri. Sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan strategi yang mereka bangun (Rosdiyah dkk, 2020).

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan praktiknya dengan prinsip syariah Islam. Di dalamnya, terdapat akad yang disepakati antara pihak bank dan nasabah, dan terdapat juga operasional yang menerapkan sistem bagi hasil kepada nasabah, serta produk yang halal, jauh dari riba, dan berbagai transaksi haram lainnya. (Riska dkk, 2021).

Bank Syariah melaksanakan strategi pemasaran. Bank Syariah di Indonesia memiliki beberapa jenis, yaitu adanya Bank Umum Syariah atau yang disingkat dengan BUS, Unit Usaha Syariah atau UUS, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah atau BPRS. Secara teori, bank tersebut memiliki fungsi dan kegiatan usaha yang sama, yaitu melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat di samping menyediakan jasa keuangan lainnya (Yennita dkk, 2020).

Pada dasarnya Bank Konvensional dan Bank Syariah menjalankan fungsi yang sama, tetapi untuk Bank Syariah terdapat syariah Islam yang mengaturnya. Sehingga dalam Bank Syariah terdapat beberapa akad yang tidak didapatkan di Bank Konvensional (Hasanah Siregar dkk, 2020).

Bank syariah dalam menjalankan kegiatannya, tidak terbatas hanya untuk orang yang beragama Islam saja, tapi juga terbuka bagi non muslim, dengan kata lain bank syariah bisa memberikan pembiayaan atau jasa kepada non muslim. Kaum non muslim bisa menabung, meminta pembiayaan dan menggunakan jasa bank syariah. Perbankan syariah saat ini sudah tumbuh atau berkembang dengan pesat diseluruh dunia, bahkan sudah tidak

asing lagi jika bank-bank syariah mempunyai masyarakat non muslim, baik di dalam negeri maupun di luar negeri (Amsal dkk, 2020).

Dalam operasionalnya, Peran utama bank syariah sebagai badan sosial dan badan usaha. Bank syariah juga menjadi penyedia jasa keuangan, non keuangan, dan keagenan. Beberapa jasa keuangan yang terdapat di dalam bank syariah antara lain *wakalah*, *kafalah*, *hiwalah*, *rahn*, *qardh*, *sharf*, dan jasa keuangan lainnya. Untuk jasa non keuangan terdapat *wadiyah yad dhamanah*, dan bank syariah sebagai memiliki fungsi sosial untuk menghimpun dan meyalurkan zakat, infak, dan sedekah, serta bank syariah juga menyalurkan *qardhul hasan* (pinjaman yang baik) (Noni Afrianti dkk, 2019).

Dalam dunia bisnis, keuntungan menjadi hal utama, begitu juga dengan bank. Untuk mengukur suatu bank mampu bertahan, maka dapat dilihat dari sisi profitabilitas bank tersebut. Jika profitabilitas menunjukkan hasil yang konsisten, maka dapat dikatakan bank tersebut dapat bertahan. (Siti Ratna Sari dkk, 2020).

Bank Syariah memiliki prinsip untuk menetapkan aturan yang sesuai dengan ajaran Islam. Prinsip-prinsip tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Tidak diperbolehkan adanya perbedaan dari pembayaran terhadap pinjaman dari nilai pinjaman dengan nilai yang disepakati di awal.
- 2) Keuntungan dan kerugian sama-sama ditanggung oleh pemilik dana dan lembaga keuangan yang memberikan pembiayaan.
- 3) Islam melarang mengambil keuntungan dari uang, atau riba.
- 4) Menjadikan uang sebagai media tukar bukan sebagai komoditas (Mandani Fiqih , 2013).

Zakat memiliki arti berkah, suci, baik, dan bersih. Zakat secara istilah merupakan suatu kewajiban dalam Islam apabila harta seseorang tersebut telah mencapai nisab dalam syariat Islam, agar disalurkan kepada orang yang berhak menerima zakat tersebut (Gus Arifi, 1432).

Zakat adalah ibadah dalam bidang harta yang mengandung manfaat dan hikmah yang demikian besar mulia, baik yang berkaitan dengan muzaki, mustahiq, harta yang dikeluarkan zakatnya, maupun bagi masyarakat keseluruhan. Adapun hikmah tersebut antara lain sebagai berikut:

- 1) Zakat merupakan pertolongan bagi orang-orang fakir dan orang-orang yang sangat membutuhkan bantuan. Zakat bisa mendorong mereka untuk bekerja dengan semangat dan bisa meraih kehidupan yang layak. Dengan demikian masyarakat akan terhindar dari kemiskinan.
- 2) Membersihkan dan menyuburkan harta.
- 3) Mewujudkan rasa syukur terhadap nikmat yang dikaruniakan oleh Allah Swt (Widi Nopiardo, 2017).

Pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, yang dimaksud dengan zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Zakat mempunyai kesamaan dengan infaq dan shadaqah:

- 1) Dari sisi hukum, zakat merupakan perkara yang wajib dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam syariat Islam, sementara hukum infak dan sedekah adalah sunnah.
- 2) Zakat bertujuan untuk membersihkan harta dan jiwa pemilik zakat, dan penyalurannya harus sesuai dengan syariat Islam, baik itu dari segi jumlah, waktu, dan penerimanya (Sony Santoso dkk, 2013).

Monzer Kahf berpendapat zakat berfungsi sebagai sesuatu hal yang dapat menciptakan keadilan sosial ekonomi di lingkungan masyarakat, karena harta yang dimiliki pemilik harta zakat akan disalurkan kepada yang berhak menerimanya. Sementara, Ghazi Inayah berpendapat zakat memiliki tiga fungsi. Pertama, zakat berfungsi sebagai moral, bermakna agar si kaya tidak tamak terhadap harta, kedua zakat berfungsi sebagai sosial, bermakna agar berkurangnya kemiskinan di dalam masyarakat, dan yang terakhir zakat berfungsi sebagai ekonomi, berguna untuk meningkatkan keuangan masyarakat terkhusus di kalangan umat Muslim. (Rahmad Hakim, 2020).

Dalam memilih seorang amil, harus disertai dengan beberapa ketentuan yang bertujuan agar zakat itu tidak disalahgunakan. Beberapa syarat utama yang harus dimiliki seorang amil adalah beragama Islam, telah dewasa (akil baligh), memiliki sifat jujur, sehat fisik jasmani dan rohani serta memiliki ilmu tentang zakat (Abdul Hakim, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Bank Syariah Indonesia Gunung Tua Kabupaten Padang Bolak, Sumatera Utara. Tempat ini sangat mudah untuk di jangkau, karena tempat Bank Syariah Indonesia, Cabang Gunung Tua berada pada jalur Jln. Sisingamangaraja No. 234, Kel. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara, Sumatera Utara. Penelitian ini dimulai sejak bulan Juli 2021 sampai dengan bulan Februari 2022. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Pengambilan sampel sumber data *snowball* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar, dan *purposive* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Analisis data bersifat induktif dan kualitatif, teknik pengumpulan dengan triangulasi atau gabungan dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2018).

Pendekatan kualitatif merupakan proses untuk meneliti kejadian yang terdapat dalam kehidupan manusia berdasarkan metodologi yang ada. Jenis penelitian yang digunakan

JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management, Volume 3, No 1 Tahun 2022
<http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/JISFIM>

penelitian deskriptif, dimana penelitian bertujuan untuk menjelaskan kejadian yang terjadi di masa sekarang (Juliansyah Noon, 2014).

Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sekelompok manusia yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan data dalam penelitian. Subjek dalam penelitian ini merupakan pimpinan dan karyawan Bank Syariah Indonesia Gunung Tua (Muhammad, 2008).

Sumber Data Penelitian

Data dalam penelitian merupakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung diperoleh oleh peneliti tanpa perantara, sehingga data tersebut merupakan data mentah. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah wawancara yang dilakukan dengan pimpinan dan karyawan Bank Syariah Indonesia Gunung Tua. Sementara untuk data sekunder dalam penelitian ini merupakan observasi strategi Bank Syariah Indonesia Gunung Tua untuk menarik minat masyarakat membayar zakat di Gunung Tua (Sugiono, 2012).

Instrument Atau Teknis Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan metode yang digunakan untuk menghimpun data yang diperoleh dari lapangan dengan menggunakan peralatan yang tersedia. Disamping menggunakan instrumen, dapat juga dengan mempelajari pengarsipan atau catatan yang memiliki hubungan dengan penelitian. Maka beberapa hal penting yang harus dilakukan sebelum melakukan pengumpulan data dalam observasi (pengamatan langsung) untuk meminimalisir kendala saat melakukan penelitian.

1) Observasi

Observasi merupakan perhatian khusus yang diberikan atas suatu kejadian atau gejala. Dalam penelitian, observasi yang digunakan adalah pengamatan yang dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian tentang strategi membayar zakat.

2) Wawancara

Wawancara dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Wawancara langsung dilakukan dengan interaksi langsung dua arah untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Sementara wawancara tidak langsung berupa daftar pertanyaan yang disiapkan oleh penanya dan dapat dijawab di kesempatan lain. Instrumen dalam wawancara dapat berupa *checklist* atau pedoman wawancara. (Emzir, 2014).

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian, baik itu buku maupun dokumen lain. Maka, dokumentasi dapat dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang memiliki keterkaitan dengan Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Memsbayar Zakat (Studi Kasus Cabang Bank Gunung Tua).

4) Studi Perpustakaan

Studi ini bermaksud untuk mengambil referensi baik dari buku maupun jurnal yang memiliki kaitan dengan permasalahan yang terdapat dalam penelitian (Dedy Mulyani , 2001).

Teknis Pengolahan Dan Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran informasi yang rinci dan memiliki manfaat yang besar untuk perkembangan ilmu pengetahuan. Terkait analisa data meliputi:

1) Reduksi Data

Merupakan langkah atau proses untuk memilih data yang penting, kemudian data tersebut disederhanakan.

2) Penyajian Data

Yaitu mengelompokkan data berupa catatan-catatan peneliti yang disusun dalam bentuk laporan agar data tersebut lebih mudah dianalisa dan ditarik kesimpulannya

3) Penarikan Kesimpulan

Yaitu menguji dan memeriksa kembali kebenaran yang terdapat dalam data yang dikumpulkan sehingga kesimpulan yang didapatkan sesuai dengan fokus dalam penelitian (Noor Julianisyah, 2011).

Teknis Pengecekan Dan Keabsahaan Data

Dalam penelitian kualitatif harus dapat menunjukkan suatu kebenaran yang objektif. Untuk memeriksa data dalam penelitian ini digunakan teknik yang disampaikan oleh Sugiyono yaitu teknik pengecekan keabsahan data, diantaranya:

1) Triangulasi

Triangulasi adalah data yang didapatkan dari beberapa sumber dengan cara dan waktu tertentu. Maka dalam penelitian ini, digunakan triangulasi yang bertujuan untuk menguji kredibilitas data yang diperoleh dari beberapa sumber. Berbeda dengan data kuantitatif, sumber data dalam penelitian kualitatif harus diberikan deskripsinya, dikelompokkan dengan yang memiliki pandangan yang sama, dan juga yang bertolak belakang. Sumber data tersebut berupa hasil observasi yang dilakukan, wawancara dan dokumentasi yang dikumpulkan.

2) Menggunakan Bahan Referensi

Sugiyono berpendapat bahwa bahan referensi berfungsi untuk memperkuat data yang diperoleh peneliti untuk membuktikan data tersebut. Penelitian ini menggunakan alat bantu untuk memperoleh data berupa perekam suara yang ada dalam telepon genggam.

3) Meningkatkan Ketekunan

Sugiyono berpendapat observasi yang dilakukan secara berkesinambungan dapat meningkatkan ketekunan. Beberapa cara yang dilakukan peneliti untuk meningkatkan ketekunan dengan memperbanyak membaca sumber referensi, buku, hasil penelitian dan dokumentasi yang memiliki kaitan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Membayar Zakat

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gunung Tua adalah lembaga keuangan yang memiliki peran sebagai tempat untuk menyimpan uang, menyalurkan pembiayaan dan menyediakan jasa perbankan, dan untuk mengetahui bagaimana Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Gunung Tua dalam menarik masyarakat untuk membayar zakat dilakukan wawancara. Berikut merupakan hasil yang didapatkan saat melakukan wawancara dengan pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gunung Tua yang merupakan seorang *Branch Operation dan service manager*, Bapak Husni Ardiansyah Tanjung.

Bapak Husni Ardiansyah mengatakan bahwa strategi yang mereka gunakan dalam menarik masyarakat untuk membayar zakat masih menggunakan strategi yang cukup sederhana. Strategi yang digunakan dalam memasarkan produk zakat dengan cara melalui brosur, spanduk, iklan, radio. Sebagai himbuan untuk memudahkan nasabah dalam menyalurkan zakatnya dengan menggunakan beberapa cara yaitu: melalui Bank Syariah Indonesia *mobile, sms banking*, dan transfer rekening BAZ/LAZ. Serta memberitahukan tentang keunggulan bank syariah Indonesia dalam menghimpun dana zakat sehingga masyarakat tertarik berzakat melalui bank syariah Indonesia gunung tua, telah menyalurkan kepada orang-orang yang membutuhkan atau pun orang-orang yang berhak menerimanya. Pemasaran produk zakat melibatkan seluruh karyawan yang ada di Bank Syariah Indonesia Gunung Tua

Untuk menjalankan strategi tersebut dibuat dengan aplikasi *marketing mix* diantaranya:

a. Strategi Dalam Bidang *Product* (Produk)

Produk merupakan keinginan dan kebutuhan masyarakat yang dapat ditawarkan oleh perusahaan. Bapak Muhammad Ridwa yang merupakan seorang *Micro Banking Manager* berpendapat Bank Syariah Indonesia Gunung Tua menampilkan kemudahan dan keunggulan jika masyarakat membayar zakatnya melalui Bank Syariah Indonesia Gunung Tua, sehingga dengan adanya kemudahan tersebut, masyarakat lebih tertarik untuk membayar zakat.

b. Strategi Dalam Bidang Lokasi

Lokasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tempat terjadinya transaksi keuangan, baik itu kantor pusat, lingkungan kantor utama, kantor cabang pembantu, dan lokasi lainnya. Penentuan lokasi yang strategis untuk kantor cabang harus menjadi perhatian, karena lokasi yang strategis juga akan mempermudah nasabah saat membayar zakatnya.

Bank Syariah Indonesia Gunung Tua beralamat di Jalan Sisingamangaraja Nomor 234 Lingkungan 1 Pasar Gunung Tua, Kelurahan Pasar Gunung Tua, Kecamatan Padang Bolak, Kabupaten Padang Lawas Utara, Provinsi Sumatera Utara, Kode Pos 22753. Lokasi ini termasuk lokasi yang strategis karena berada dekat dengan pusat pasar dan dilalui banyak kendaraan, sehingga akan lebih mempermudah masyarakat membayar zakat dan mudah untuk ditemui dalam melakukan pembayar zakat, karena Bank Syariah Indonesia Gunung Tua tidak berada dalam kota yang sempit dan tidak sulit untuk ditemukan. Lokasi ini sangat strategis karena tersedianya sarana transportasi, dan memiliki jarak yang dekat dengan lokasi pasar. Lokasi ini mempermudah pihak bank untuk memberikan sosialisasi dan edukasi.

c. Strategi Dalam Bidang *Promotion* (Promosi)

Untuk memberikan informasi mengenai produk apa yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka perlu adanya promosi. Saat melakukan wawancara dengan karyawan Bank Syariah Indonesia Gunung Tua bagian *Customer Service* bapak Sayuti Hasibuan, promosi yang digunakan masih menggunakan brosur, promosi melalui radio, dan cara promosi yang masih konvensional lainnya, sementara saat ini kita telah memasuki era digital, dimana hampir setiap orang sudah beralih dari mendengarkan radio menjadi pengguna media sosial. Sehingga produk zakat yang terdapat di Bank Syariah Indonesia Gunung Tua terbilang masih belum dapat diketahui banyak masyarakat.

d. Strategi Dalam Bidang *People* (Orang)

Ibu Siti Azizh Resni sebagai seorang *Customer Service* memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa Bank Syariah Indonesia Gunung Tua memberitahukan kepada nasabah yang akan membuka rekening tabungan bahwa mereka menyediakan layanan pembayaran zakat. Bank Syariah Indonesia juga memberikan panduan bagaimana membayar zakat kepada nasabah. Tetapi, pihak bank tidak mewajibkan setiap nasabah untuk membayar zakat, tawaran ini diberikan untuk memudahkan nasabah dalam membayar zakatnya.

Keinginan masyarakat membayar zakat di Bank Syariah Indonesia Gunung Tua dikarenakan masyarakat atau nasabah menginginkan zakat yang mereka keluarkan atau dibayarkan ke Bank Syariah Indonesia menjadi zakat yang bersih dan berkah, karena

zakat juga dapat di salurkan kepada yang berhak menerima sehingga dapat membantu sesama dan sudah terpenuhi kewajiban sebagai umat muslim yaitu membayar zakat.

Kebijakan perusahaan untuk memotivasi karyawan agar mendapatkan nasabah dengan cara selalu memberikan training dan arahan ataupun pelatihan-pelatihan kepada karyawan supaya bisa mensosialisasikan kepada calon-calon nasabah dalam menarik minat nasabah agar dapat berbank Syariah Indonesia Gunung Tua. Dan setiap karyawan harus berkontribusi supaya target yang disampaikan bisa terpenuhi.

Peneliti berpendapat bahwa strategi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Gunung Tua sudah cukup efektif, karena telah diimplementasikan *marketing mix* di dalamnya. Termasuk dengan diadakannya pembagian brosur, memasang spanduk, serta adanya penawaran langsung secara tatap muka kepada nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : strategi yang digunakan untuk produk adalah menampilkan mutu dan keunggulan dari produk zakat tersebut, sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar sasaran dan memberikan layanan berbagai fitur yang diharapkan mampu menarik minat nasabah untuk membayar zakat melalui bank syariah Indonesia Gunung Tua. Lokasi yang strategis berada dekat dengan pusat pasar menjadi strategi lokasi yang digunakan Bank Syariah Indonesia Gunung Tua. Strategi promosi yang dilakukan dengan menyebarkan brosur, memasang spanduk, dan menyebarkan iklan di radio. Sebaiknya dibuat inovasi dalam memasarkan produk dengan berpindah dari menyebarkan iklan melalui radio menjadi menyebarkan iklan melalui media sosial. Kebijakan perusahaan untuk memotivasi karyawan agar mendapatkan nasabah dengan cara selalu memberikan training dan arahan ataupun pelatihan-pelatihan kepada karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hakim. (2021). *Amil Zakat*. Katalog Dalam Terbitan: Hikma Pustaka.
- Amsal, Fatahuddin, Idris, dan Ferri Alfadri. (2020). Motivation Of Non - Muslim To Become Customers at PT. Bank Syariah MANDIRI KC. Sibolga. *Journal Sharia Of Banking*, 84.
- Dedy Mulyani . (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Emzir. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Gus Arifi. (1432). *Zakat, Infak, Sedekah*. Bintaro: Tangerang Selatan, Rajab .
- Gus Arifi. 1432. *Zakat, Infak, Sedekah*. Bintaro: Tangerang Selatan, Rajab .

- Hasanah Siregar, Darwis Harahap, Abdul Nasser Hasibuan, Nofinawati. 2020. The effect of probability ration on financial distress in islamic commercial banks in indonesia. *journal sharia of banking* , 2.
- Juliansyah Noon. 2014. *Metodologi Penelitian*. jakarta: Kencana.
- Khairul Umam. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mandani Fiqih . 2013. *Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Rajawali Pers: 2008.
- Noor Julianisyah. 2011. *Metodelogi Penelitian* . Jakarta: Kencana.
- Noni Afrianti dan Desi Isnaini. 2019. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bengkulu: CV. Zigie Utama.
- Rahmad Hakim. 2020. *Manajemen Zakat*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Riska, Azwar Hamid, Ildi Aini, Sulaiman. 2021. Effect of results and inflation on third party funds in sharia commercial banks and sharia business units influence of results and inflation on third party funds in sharia commercial bank and sharia businnes units. *journal of sharia banking*, 84.
- Rosdiyah, Abdul Nasser Hasibuan, Azwar Hamid, Zulaika Matondang. 2020. Strategy Of Market Segmentation, Targeting, and Positioning In Increasing The Number Of Customers At PT. bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan. *Journal Sharia Of Banking*, 69.
- Shiddieqie dan Hasbi. 2015. *Pedoman Zakat*. Semarang: Pustaka .
- Senja Nila. 2014. *Manajemen Strategi itu Gampang*. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Siti Ratna Sari, Darwis Harahap, Azwar Hamid, Rahmad Annam. 2020. Coparative Analysis Of Risk and Return In PT. Bank Syariah Before and After Spin Off. *Journal Sharia Of Banking*, 40.
- Sony Santoso dan Rinto Agustina. 2013. *Zakat Sebagai Ketahanan Nasiona*. Jakarta: Grup CV Budi Utama.
- Sugiyono . 2012 . *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Peneletian Pendidikan, Pendekatan kualitatif, Kuantitatif R Dan D* . Bandung: Alfabeta.
- Widi Nopiardo. 2017. Perkembangan Fatwa MUI Tentang Masalah Zakat. *Jurnal Ilmiah Syari'ah*, 100.
- Yennita Sari, Nofinawati, Sarmiana Batubara, Ferri Alfadri. 2020. The Effect Of profitability Ratios On financial distress in Islamic commercial Banks in Indonesia. *Journal Sharia Of Banking*, 14.