

## Optimalisasi Program Simpanan Berhadiah dalam Upaya Meningkatkan DPK Pada BSI KCP Rembang Sudirman

Lutfiana Maulida<sup>1\*</sup>, Muhammad Qoes Atieq<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus

\*Email korespondensi: [lutfianamaulida36@gmail.com](mailto:lutfianamaulida36@gmail.com)

### Abstract

Based on data from BSI's annual report, BSI's total deposits from 2021 continue to increase. However, BSI still faces challenges in increasing its deposits to strengthen its liquidity. The purpose of this research is to find out how the strategy of optimizing the prize savings program and its impact on increasing DPK. The method used is qualitative method. The population used is BSI employees, while the sample used is BSI employees and taken using purposive sampling technique. The data source used is primary data from informants through interviews. The results showed that efforts to optimize the prize savings program at BSI KCP Rembang Sudirman were carried out by segmentation, promotion, and continuous offering, and visiting customers' homes for offers. The results of this optimization have had a positive effect on the increase in DPK since the beginning of 2024 so that the BSI KCP Rembang Sudirman rating is quite good because of consistent daily achievements. In addition to increasing DPK, optimizing this program can increase the number of new customers because it provides benefits to customers. The recommendation of this research is that Bank Syariah Indonesia must increase innovation through programs that can provide more value or benefits to customers.

**Keywords:** Marketing Strategy, Rewarded Savings Program, DPK, BSI

**Saran sitasi:** Maulida, L., & Atieq, M. Q. (2024). Optimalisasi Program Simpanan Berhadiah dalam Upaya Meningkatkan DPK Pada BSI KCP Rembang Sudirman. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2945-2953. Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14889>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14889>

### 1. PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang dibuktikan dengan banyaknya bank syariah di Indonesia saat ini (Pratomo & Ramdani, 2021). Sebagai negara yang penduduknya mayoritas muslim, Indonesia memiliki potensi besar (Zaini et al., 2019). Bank syariah hadir sebagai alternatif bagi masyarakat yang menginginkan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Arisyanti et al., 2023). Dengan berbagai produk dan layanan perbankan yang ditawarkan, bank syariah terus berupaya meningkatkan pasar serta berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi nasional (Osmanovica et al., 2020). Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan, terdapat 14 Bank Umum Syariah dan 19 Unit Usaha Syariah di Indonesia pada tahun 2024 (OJK, 2024). Dengan banyaknya bank syariah di Indonesia maka persaingan antar bank semakin meningkat (Muhri et al., 2023). Persaingan tersebut

mendorong setiap bank syariah untuk terus berinovasi dalam meningkatkan minat nasabah (Rahmayati, 2021). Maka dari itu diperlukan strategi yang efektif dari setiap bank syariah untuk meningkatkan DPK (Dana Pihak Ketiga) (Siregar et al., 2023).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah BUMN hasil merger dari tiga bank syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah (Ulfa, 2021). Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, BSI berkomitmen untuk selalu berinovasi dalam menyediakan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah (Silviany & Habib, 2023). Berdasarkan data dari laporan tahunan Bank Syariah Indonesia, DPK BSI terus meningkat dan melebihi target. Hal tersebut terbukti pada tahun 2021 DPK BSI yaitu sebesar Rp233,25 triliun, pada tahun 2022 sebesar Rp261,49 triliun, dan pada tahun 2023 sebesar Rp293,77 triliun. Meskipun demikian, BSI masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan

DPK untuk memperkuat posisi likuiditasnya (Rachmawati et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang efektif untuk mengoptimalkan penghimpunan DPK salah satunya melalui program simpanan berhadiah (Baihaqi, 2022). Program simpanan berhadiah sangat penting bagi BSI karena dapat menarik nasabah baru sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan DPK. Setiap kantor cabang maupun kantor cabang pembantu BSI harus terus meningkatkan DPK termasuk BSI KCP Rembang Sudirman. Hal ini dikarenakan DPK merupakan hal yang sangat penting dalam meningkatkan profitabilitas (Ardheta & Sina, 2020).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang meneliti tentang optimalisasi program simpanan berhadiah dalam upaya meningkatkan DPK. Hasil penelitian dari (Bachtiar et al., 2021), optimalisasi Tabungan Prima Berhadiah dioptimalkan dengan kegiatan pemasaran dalam bentuk sosialisasi, promosi, strategi peningkatan saldo, dan strategi pemberian hadiah cukup efektif dalam meningkatkan DPK Bank Muamalat Cabang Makassar. Hasil penelitian lain dari (Roziq et al., 2024), strategi meningkatkan DPK pada bank OCBC NISP Syariah Makassar melalui strategi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*. Selanjutnya hasil penelitian lain dari (Agustin et al., 2024), strategi yang dilakukan oleh pihak BSI KCP Probolinggo dalam mengelola DPK dalam meningkatkan likuiditasnya yaitu dengan mencari dana ritel dengan jumlah yang banyak, melakukan penawaran produk, bekerja sama dengan mitra bisnis, mencari dana murah, dan tidak menerima dana yang hanya bersifat titipan.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dapat diketahui bahwa strategi dalam meningkatkan DPK memiliki beberapa perbedaan. Selain itu, objek penelitian yang digunakan yaitu Tabungan Prima Berhadiah dan belum ada penelitian sebelumnya yang meneliti tentang optimalisasi program simpanan berhadiah dalam upaya meningkatkan DPK pada BSI KCP Rembang Sudirman. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi mengoptimalkan program simpanan berhadiah serta bagaimana hasil dari pengoptimalan tersebut dan dampaknya terhadap peningkatan DPK. Dengan melakukan penelitian ini diharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberikan kontribusi dengan dijadikan referensi dalam membuat strategi untuk

meningkatkan DPK melalui program simpanan berhadiah baik di BSI maupun bank lainnya.

### **Marketing Theory**

Pemasaran menurut Kotler dan Amstrong yaitu proses perusahaan dalam menciptakan hubungan baik dengan pelanggan lalu membangun nilai sehingga memperoleh *feedback* yang baik dari pelanggan serta meningkatkan keuntungan (Ismayani et al., 2023). Salah satu teori yang utama dalam pemasaran yaitu konsep 4P yang terdiri dari *product, price, place, dan promotion* (Ulandari, 2023). Teori tersebut menyatakan bahwa keberhasilan dalam pemasaran dapat dicapai melalui empat elemen inti tersebut seperti produk yang relevan dan berkualitas, harga yang kompetitif, tempat usaha yang strategis, dan promosi yang menarik minat konsumen (Widjaja, 2022).

Dalam konteks program simpanan berhadiah di BSI KCP Rembang Sudirman, produk yaitu simpanan yang ditawarkan, harga yaitu tingkat bagi hasil yang diberikan kepada nasabah, tempat yaitu kantor cabang BSI Rembang atau platform digital, sedangkan strategi meliputi strategi komunikasi serta penawaran hadiah guna menarik minat nasabah. Optimalisasi program simpanan berhadiah dapat dianggap sebagai strategi promosi yang terintegrasi dengan tiga elemen lainnya untuk menambah daya tarik produk sehingga dapat meningkatkan DPK.

### **Strategi Marketing**

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (selalu meningkat) dan terus-menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan (Carlier, 2021). Kegiatan *marketing* terdiri dari kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga dan mempromosikan produk (Masing & Widyana, 2021). Strategi *marketing* merupakan elemen penting dalam sistem manajemen perusahaan, mengetahui persaingan dengan perusahaan lain, meningkatkan pelanggan, mengetahui kelemahan serta kekuatan baru yang mempengaruhi perusahaan (Elita Tarihoran et al., 2021).

Menurut Philip Kotler, strategi *marketing* yang efektif melibatkan segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning* (STP). Segmentasi pasar dilakukan untuk membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan karakter dan kebutuhan tertentu (Hana & Wijayanti, 2022). *Targeting* melibatkan segmentasi pasar yang paling menjanjikan, sedangkan *positioning*

fokus terhadap pembentukan citra produk yang unik di benak konsumen (Siagian & Cahyono, 2021). Dalam konteks perbankan syariah, strategi *marketing* harus mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah (Hadi et al., 2021). Keberhasilan strategi *marketing* dalam industri perbankan syariah tidak hanya diukur dengan jumlah DPK tetapi juga dari tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah.

### **Program Simpanan Berhadiah**

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito (Yolanda et al., 2022). Program simpanan berhadiah merupakan salah satu strategi yang digunakan industri perbankan untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Program ini termasuk dalam inovasi produk sebagai upaya menciptakan nilai tambah bagi nasabah melalui penawaran insentif berupa hadiah serta mempertahankan esensi layanan simpanan yang sesuai dengan syariah. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan minat nasabah dalam menyimpan dana di bank (Yuniati et al., 2024). Dalam perbankan syariah, pemberian hadiah harus sesuai dengan Fatwa DSN-MUI (Hikmah & Qomaro, 2022). Pada BSI KCP Rembang Sudirman, hadiah yang diberikan kepada nasabah tidak berupa uang namun berupa barang.

BSI memiliki program simpanan berhadiah yang bervariasi dan memiliki syarat dan ketentuan masing-masing. Pertama, Edu X-Tra, yaitu program penempatan *fresh fund* pada (Tabungan Mudharabah, Tabungan Haji, dan Tabungan Haji Muda Indonesia) mulai dari Rp15 juta yang diblokir sesuai jangka waktu yang telah disepakati (3, 6, dan 12 bulan) antara bank dengan nasabah kemudian nasabah mendapatkan hadiah senilai 2,5% dari penempatan dana berupa perlengkapan sekolah, *voucher* belanja, atau barang sesuai keinginan nasabah. Kedua, Maxi Happy, yaitu program penempatan *fresh fund* pada Tabungan Haji dan Tabungan Haji Muda Indonesia mulai dari Rp15 juta yang diblokir sesuai jangka waktu yang disepakati (3, 6, dan 12 bulan) antara bank dengan nasabah kemudian nasabah mendapatkan hadiah senilai 1% dari penempatan dana berupa *voucher* belanja atau barang sesuai keinginan nasabah. Ketiga, Pesta Hadiah, yaitu program penempatan dana pada Tabungan Mudharabah mulai dari Rp 25 juta yang

diblokir sesuai jangka waktu yang telah disepakati (3, 6, dan 12 bulan) antara bank dengan nasabah kemudian nasabah mendapatkan hadiah berupa barang berdasarkan ketentuan BSI sesuai dengan jumlah dana yang ditempatkan dan langsung diberikan di awal. Keempat, Rezeki Berkah, yaitu program penempatan dana pada Tabungan Mudharabah minimal Rp 100 juta yang diblokir sesuai jangka waktu yang telah disepakati (3, 6, dan 12 bulan) antara bank dengan nasabah kemudian nasabah mendapatkan hadiah senilai 1% dari penempatan dana berupa barang sesuai keinginan nasabah.

### **Dana Pihak Ketiga**

Dana pihak ketiga (DPK) merupakan dana yang dihimpun dari masyarakat dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito (Sugeng & Prasetyo, 2019). Dana yang telah dihimpun akan dialokasikan bank ke dalam kegiatan yang sesuai dengan prinsip syariah untuk mendapatkan keuntungan (Nugroho, 2021). DPK menjadi dana terbesar dari total dana yang dikelola oleh bank sehingga menjadi sumber dana utama dalam pengelolaan bank (Tofan et al., 2022). Dana tersebut dipercayakan oleh nasabah kepada bank syariah berdasarkan akad Wadiah atau Mudharabah (Hasan et al., 2021).

DPK bersumber dari tiga jenis simpanan yaitu giro (*demand deposit*), tabungan (*saving deposit*), dan deposito (*time deposit*) (Sahli et al., 2023). Giro yaitu simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau sarana perintah pembayaran lainnya (Putri & Aravik, 2021). Tabungan yaitu simpanan yang dapat dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja tetapi tidak dapat ditarik dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan lainnya (Siringoringo & Sijabat, 2023). Sedangkan deposito yaitu simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan bank (Shin & Ong, 2021). Apabila DPK pada suatu bank menurun maka akan memperlemah operasional bank (Azzahra et al., 2024). Maka dari itu, semakin besar DPK yang dihimpun oleh bank maka semakin besar pula kemampuan bank dalam menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat (Anisa & Tripuspitorini, 2019).

## **2. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan

kualitatif karena bertujuan untuk mengetahui dan mengeksplorasi bagaimana pengoptimalan program simpanan berhadiah dalam upaya meningkatkan DPK dan bagaimana hasil dari pengoptimalan tersebut terhadap peningkatan DPK di BSI KCP Rembang Sudirman. Penelitian ini dilakukan di BSI KCP Rembang Sudirman sebagai salah satu kantor cabang BSI dan berada di Area Semarang Kota. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pegawai BSI, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pegawai BSI yang berkaitan dengan program simpanan berhadiah yang terdiri dari *Customer Service*, *Marketing Funding*, dan *Back Office*. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memiliki sampel yang dianggap dapat mewakili suatu populasi.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dari informan melalui wawancara. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik wawancara kepada tiga informan yang merupakan pegawai BSI KCP Rembang Sudirman yang terdiri dari *Customer Service*, *Marketing Funding*, dan *Back Office*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan data hasil wawancara, melakukan reduksi atau kategorisasi data, penampilan atau penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti telah memperoleh data dari hasil wawancara dengan informan yang dirasa dapat mewakili. Informan tersebut merupakan tiga pegawai di BSI KCP Rembang Sudirman. Berikut merupakan data informan :

**Tabel 1. Daftar Nama Informan**

No	Nama	Jabatan
1	Puji Rahayu	<i>Marketing Funding</i>
2	Eri Primasti Kusuma	<i>Customer Service</i>
3	Sinta Putri Regitasari	<i>Back Office</i>

Berdasarkan wawancara dengan informan tersebut maka ditemukan beberapa hasil sebagai berikut:

- a. Strategi mengoptimalkan program simpanan berhadiah dalam upaya meningkatkan DPK

Menurut Bu Ayu, strategi yang digunakan untuk mempromosikan program simpanan berhadiah di BSI KCP Rembang Sudirman yaitu dengan memanfaatkan *database* nasabah yang

ada. Beliau mengatakan “Kalau untuk promosi ke nasabah tentunya kita tawarkan ke nasabah potensial dulu dalam artian nasabah potensial itu kita ada *database* dan kita bisa lihat saldo rata-rata dan berapa transaksinya di BSI. Kita promosikan melalui *WA Blast* atau *telemerkeing* atau biasanya nasabah *work in* (nasabah datang ke kantor) jadi untuk strateginya kita masuk ke beberapa lini tidak hanya nasabah yang datang ke kantor saja” (Amna et al., 2023). Selain itu, pendapat lain dari Bu Eri yang mengatakan “Strateginya biasanya kalau nasabah datang kita tanyakan dulu untuk apa tujuannya misal untuk pelunasan haji dan berapa penempatannya. Jika penempatan dananya cocok dengan standar program simpanan berhadiah yang bisa dimulai dari Rp 15 juta jadi kita langsung tawarkan. Selain itu juga dilihat dulu nomor porsi hajinya kalau masih cukup satu tahun bisa diikuti tapi kalau misal tahun depan biasanya disesuaikan dengan nasabahnya supaya tidak ada kendala untuk pelunasan nanti”. Pengecekan nomor porsi haji perlu dilakukan karena apabila dana persiapan pelunasan haji diikuti program dan diblokir maka nasabah tidak dapat melakukan pelunasan haji dengan dana yang diikuti program simpanan berhadiah (Rizka & Rokan, 2022).

Cara yang digunakan BSI KCP Rembang Sudirman untuk mengoptimalkan program simpanan berhadiah yaitu dengan terus menawarkan kepada nasabah dan terus melakukan promosi seperti memasang *banner* Program Pesta Hadiah, memajang hadiah di etalase samping meja *Customer Service* untuk meningkatkan daya tarik nasabah, dan memberikan brosur program-program simpanan berhadiah kepada nasabah (Millenita et al., 2023). Menurut Bu Ayu, upaya untuk mengoptimalkan program simpanan berhadiah yaitu tidak bosan-bosannya melakukan penawaran kepada nasabah (Alzoubi et al., 2022). Pendapat lain dari Bu Eri, “Untuk mengoptimalkan ya kita promosi terus dan tidak berhenti untuk menawarkan walaupun nasabahnya kurang berminat setidaknya sudah berusaha menawarkan tapi tidak bisa memaksa nasabah juga”. Sedangkan pendapat lain dari Bu Sinta yang mengatakan “Pengoptimalannya ditelepon satu-satu untuk menawarkan program dan mungkin kalau tahu rumahnya ya didatangi rumahnya”.

Dalam memaksimalkan program simpanan berhadiah, BSI KCP Rembang Sudirman memiliki segmentasi nasabah yang menjadi target untuk program simpanan berhadiah (Resmiatini & Imanika, 2020). Menurut Bu Sinta, segmentasi nasabah untuk target program simpanan berhadiah sebagian besar merupakan nasabah yang mendaftar haji. Selain itu, Bu Ayu mengatakan “Segmentasi jelas ada, kalau Edu Xtra untuk sekolah Islam terpadu dan wali santri. Kalau nasabah yang buka tabungan haji untuk persiapan pelunasan itu ikutnya Maxi Happy, atau mungkin nasabah yang sudah ada rekening di BSI terus beliau *top up* dananya dan bersedia diblokir itu bisa kita ikutkan rezeki berkah asal penempatannya minimal Rp 100 juta. Jadi ada segmen-segmen tertentu sesuai dengan profil nasabah dan programnya”.

- b. Hasil pengoptimalan program simpanan berhadiah dan dampaknya terhadap peningkatan DPK

Menurut Bu Ayu, efektivitas program simpanan berhadiah cukup efektif dalam meningkatkan DPK di BSI KCP Rembang Sudirman. Ia mengatakan “Kalau dilihat dari efektivitas itu cukup menunjang atau cukup efektif karena dengan adanya program simpanan berhadiah kita bisa meminimalkan transaksi keluar”. Selain itu, Bu Sinta juga mengatakan “Ya efektif, mungkin bisa menambah DPK satu bulannya bisa sampai Rp 1 M”. Selain meningkatkan DPK, optimalisasi program simpanan berhadiah juga dapat meningkatkan jumlah nasabah baru karena Bu Sinta mengatakan bahwa setiap hari di BSI KCP Rembang Sudirman pasti ada nasabah yang mau pelunasan haji sehingga nasabah baru terus bertambah. Bu Ayu juga mengatakan bahwa tentunya program simpanan berhadiah juga dapat meningkatkan jumlah nasabah baru karena dengan adanya program tersebut maka banyak nasabah yang mendapatkan manfaat lebih (Wahyudin, 2023).

Berdasarkan hasil rekap bulanannya, total DPK di BSI KCP Rembang Sudirman mencapai lebih dari Rp 900 juta. Dengan pencapaian tersebut tentunya mempengaruhi posisi BSI KCP Rembang Sudirman di Area Semarang Kota. Bu Ayu menjelaskan bahwa total DPK berpengaruh terhadap posisi peringkat BSI KCP Rembang Sudirman di Area Semarang Kota karena setiap

harinya pasti ada perolehan harian baik Edu Xtra, Pesta Hadiah maupun Maxi Happy sehingga posisi BSI KCP Rembang Sudirman berada di tengah-tengah di antara kantor cabang lain. Berdasarkan wawancara dengan Bu Eri, berikut merupakan data jumlah nasabah yang mengikuti program simpanan berhadiah :

**Tabel 2. Jumlah Nasabah Pada Program Simpanan Berhadiah (Januari – Juli 2024)**

No	Jenis Program Simpanan Berhadiah	Jumlah Nasabah (Januari – Juli 2024)
1	Maxi Happy	51
2	Pesta Hadiah	53
3	Edu Xtra	27
4	Rezeki Berkah	8

### 3.2. Pembahasan

- a. Strategi mengoptimalkan program simpanan berhadiah dalam upaya meningkatkan DPK

Berdasarkan data hasil wawancara yang telah dilakukan, ditemukan bahwa strategi promosi program simpanan berhadiah di BSI KCP Rembang dilakukan dengan memanfaatkan *database* nasabah potensial dengan menganalisis saldo rata-rata dan nominal transaksi (Agnesia & Ardianto, 2022). Selain itu *marketing funding* melakukan promosi langsung kepada nasabah melalui *WA Blast*, *telemarketing*, dan penawaran langsung kepada nasabah yang datang ke kantor sesuai segmentasi program. Untuk meningkatkan daya tarik nasabah, BSI KCP Rembang Sudirman memasang *banner* Pesta Hadiah di halaman kantor, membagikan brosur program-program simpanan berhadiah, dan memajang hadiah-hadiah yang ditawarkan di etalase. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agustin et al., 2024) yang menyatakan bahwa strategi untuk meningkatkan DPK yaitu dengan mencari dana ritel dan melakukan penawaran produk kepada nasabah.

Upaya mengoptimalkan program simpanan berhadiah pada BSI KCP Rembang Sudirman dilakukan dengan segmentasi, promosi serta penawaran secara terus menerus tanpa memaksa nasabah dan jika memungkinkan pihak BSI KCP Rembang Sudirman mendatangi ke rumah nasabah untuk melakukan penawaran. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bachtiar et al., 2021) yang menyatakan bahwa

strategi untuk mengoptimalkan tabungan berhadiah yaitu dengan sosialisasi, promosi, dan memberikan hadiah kepada nasabah.

- b. Hasil pengoptimalan program simpanan berhadiah dan dampaknya terhadap peningkatan DPK

Hasil pengoptimalan program simpanan berhadiah berpengaruh positif terhadap peningkatan DPK di BSI KCP Rembang Sudirman. Hal ini dapat dilihat dari total DPK yang didapatkan pada bulan Juli 2024 yang mencapai lebih dari Rp 900 juta sehingga total DPK dari bulan Januari hingga Juli 2024 telah mencapai lebih dari Rp 5 M. Pencapaian tersebut menjadikan peringkat BSI KCP Rembang Sudirman di Area Semarang Kota pada kategori DPK cukup bagus yang berada di tengah di antara kantor cabang lain di Area Semarang Kota. Hal ini juga disebabkan oleh pencapaian harian yang konsisten pada BSI KCP Rembang Sudirman.

Selain berdampak pada peningkatan DPK, pengoptimalan program simpanan berhadiah juga berdampak kepada peningkatan jumlah nasabah baru terutama dari segmen nasabah yang mendaftar tabungan haji (Nasution, 2021). Nasabah memberikan respons-respons yang positif karena dengan adanya manfaat tambahan yang didapatkan nasabah berupa hadiah barang sesuai kebutuhannya (Asakdiyah et al., 2024). Nasabah merasa terbantu dengan adanya program ini terutama untuk persiapan pelunasan haji.

#### 4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa optimalisasi program simpanan berhadiah pada BSI KCP Rembang Sudirman menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan DPK. Strategi yang diterapkan mulai dari memanfaatkan *database* nasabah, segmentasi nasabah yang tepat, serta promosi yang beragam telah berkontribusi pada peningkatan DPK dan jumlah nasabah baru. Meskipun terdapat beberapa tantangan, respons positif dari nasabah dan peningkatan DPK telah menunjukkan bahwa optimalisasi program simpanan berhadiah efektif dalam mencapai tujuannya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan, BSI KCP Rembang Sudirman perlu melakukan inovasi dan penyesuaian program sesuai dengan kebutuhan atau profil nasabah. Temuan baru pada penelitian ini yaitu program simpanan berhadiah

cukup efektif dalam meningkatkan DPK, strategi retensi dana yang efektif sehingga tidak hanya meningkatkan DPK namun meminimalkan transaksi keluar sehingga memiliki fungsi ganda.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu informan yang terbatas dan hanya berasal dari pegawai BSI KCP Rembang Sudirman tanpa adanya informan yang merupakan nasabah yang mengikuti program simpanan berhadiah. Meskipun demikian, peneliti dapat memberikan saran kepada peneliti berikutnya untuk menambah informan yang merupakan nasabah BSI KCP Rembang Sudirman yang mengikuti program simpanan berhadiah sehingga akan memperoleh hasil yang lebih akurat. Selain itu penelitian ini mampu memberikan rekomendasi kepada Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan inovasi melalui program yang lebih dapat memberikan nilai lebih atau manfaat bagi nasabah.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam melaksanakan penelitian ini khususnya BSI KCP Rembang Sudirman.

#### 6. REFERENSI

- Agnesia, N. I., & Ardianto, H. (2022). Pemasaran Produk E-Channel di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Jatim Karanggeneng Lamongan. *JIMBis : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 263–280. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v1i3.5487>
- Agustin, D., Islam, M. H., & Nasrifah, M. (2024). Strategi Pengelolaan Dana Pihak Ketiga Dalam Meningkatkan Likuiditas Pada Bank Syariah Indonesia: Studi Kasus BSI KCP Probolinggo. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 238–250. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.149>
- Alzoubi, H., Alshurideh, M., Kurdi, B. Al, Akour, I., & Aziz, R. (2022). Does BLE Technology Contribute Towards Improving Marketing Strategies, Sustomers' Satisfaction and Loyalty? The Role of Open Innovation. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 449–460. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.009>
- Amna, S. W., Sudipa, I. G. I., & Dll. (2023). Data Mining. In *PT Global Eksekutif Teknologi. Global Eksekutif Teknologi*. [https://www.cambridge.org/core/product/identifier/CBO9781139058452A007/type/book\\_part](https://www.cambridge.org/core/product/identifier/CBO9781139058452A007/type/book_part)

- Anisa, L. S., & Triuspitorini, F. A. (2019). Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Non Performing Finance Murabahah, dan Inflasi Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(1), 52–64. <https://doi.org/10.32627/maps.v3i1.141>
- Ardheta, P. A., & Sina, H. R. (2020). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Dana Pihak Ketiga, Non Performing Financing Dan Pembiayaan Murabahah Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 32–38. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.328>
- Arisyanti, Kurniati, & Rahman, A. (2023). Problematika Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Ubudiyah : Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 4(2), 36–41. <https://doi.org/10.55623/au.v4i2.217>
- Asakdiyah, S., Rachmiani, Musafir, & Hasim. (2024). Dampak Reputasi, Responsifitas, Pemberian Hadiah, dan Rekomendasi Terhadap Nasabah Yang Berpindah Dari BSI ke Bank Konvensional. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT) KITA*, 8(1), 263–272. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i1.1707>
- Azzahra, M., Rahma, T. I. F., & Rahmani, N. A. B. (2024). The Influence of Operational Cost (BOPO), Third Party Funding Profit Sharing (DPK), And Cash Ratio On Profitability With Murabahah Financing As a Moderation Variable In Sumut Syariah Bank. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(2), 1–12.
- Bachtiar, W., Mallongi, S., & Amiruddin, K. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima Berhadiah Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga di Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar. *Jurnal Iqtisoduna*, 7(2), 238–248. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v7i2.36236>
- Baihaqi, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Sukarela (Sirela) di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri Sukoharjo Tahun (2019-2021). *E-QIEN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1255 – 1260. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.861>
- Carlier, F. (2021). A Simple Options Trading Strategy based on Technical Indicators. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 11(2), 88–91.
- Elita Tarihoran, J., Mardiani, I. M., Putri, N. D., Novareila, R. S., Sofia, A., & Prawira, I. F. A. (2021). Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start-Up di Indonesia. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 9(1), 72. <https://doi.org/10.32493/jk.v9i1.y2021.p72-78>
- Hadi, M. Q. Al, Cahyo, E. N., & Budi, I. S. (2021). Marketing Ethics at Islamic Banks : Principles and Practices. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(2), 17–41.
- Hana, K. F., & Wijayanti, O. (2022). Model Promosi Pada Simpanan Berhadiah Dalam Meningkatkan Kuantitas Anggota di Baitul Maal wa Tamwil. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 1(2), 149–159. <https://doi.org/10.34001/jrei.v1i2.303>
- Hasan, H. A., Mansyur, S., & Mustamin, S. W. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Syariah. *El Dinar: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 44–61.
- Hikmah, S. U., & Qomaro, G. W. (2022). Sharia Compliance on Rewards in Sharia Saving at BMT NU Ngasem. *ICIE: International Conference on Islamic Finance*, 1(1), 153–168. <https://doi.org/10.58223/icie.v1i1.112>
- Ismayani, Muchtar, M., & Adinugroho, I. (2023). Optimizing Customer Satisfaction Through Relationship Marketing : A Case Study of PT Pegadaian Mamuju Branch. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 71–77.
- Masing, M., & Widyana, R. (2021). Marketing Mix Method Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan di SMA Kristen Barana. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(3), 459–468.
- Millenita, V. D., Tindaon, S. S., Putrianti, S. D., & Ravenska, N. (2023). Model Media Promosi Dana Pensiun Lembaga Keuangan Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 7(1), 43–49.
- Muhri, A., Habbe, A. H., & Rura, Y. (2023). Analisis Perbandingan Stabilitas Bank Syariah Dan Bank Konvensional. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(1), 346–366. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1360>
- Nasution, L. M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Deposito iB Ibadah Di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Medan. *JIMPAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam*, 1(4), 1–15.
- Nugroho, E. R. (2021). Implementation of Sharia-Compliance in Islamic Bank Product Innovations. *Prophetic Law Review*, 3(2), 173–197. <https://doi.org/10.20885/PLR.vol3.iss2.art4>
- OJK. (2024). *Statistik Perbankan Syariah*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Osmanovica, N., Kb, P., & Stojanovic, I. (2020). Impacts of Islamic Banking System on Economic Growth of UAE. *Talent Development & Excellence*, 12(3), 1555–1566. <http://www.iratde.com>

- Pratomo, D., & Ramdani, R. F. (2021). Analisis Pertumbuhan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Dan Konvensional di Era Pandemi Covid 19. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(2), 260–275. <https://doi.org/10.24127/jm.v15i2.654>
- Putri, N. S., & Aravik, H. (2021). Analisis Produk Tabungan Wadiah Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al Falah Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.36908/jimpa>
- Rachmawati, Y., Sulbahri, R. A., & Yuliawati, S. (2023). Kesehatan Bank Syariah Indonesia (BSI) Sebelum Dan Setelah Merger Menggunakan RBBR (Risk Based Bank Rating). *Jurnal Riset Akuntansi Tridinati*, 5(1), 62–67. <https://doi.org/10.52333/ratri.v5i1.416>
- Rahmayati. (2021). Competition Strategy in the Islamic Banking Industry : An Empirical Review. *International Journal of Business, Economics and Social Development*, 2(2), 65–71. <https://doi.org/10.46336/ijbesd.v2i2.133>
- Resmiatini, E., & Imanika, I. A. H. (2020). Analisis Implementasi Bauran Pemasaran 7P Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Batu - Malang. *Jurnal Dialektika*, 5(1), 57–76. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i1.407>
- Rizka, R. A., & Rokan, M. K. (2022). Penerapan Dan Tantangan Produk Tabungan Haji iB Makbul Pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah. *Acman : Accounting and Management Journal*, 2(2), 114–120. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i2.35>
- Roziq, F., Mursalim, & Arfah, A. (2024). Analisa Strategi Pemasaran Produk Current Account Saving Account (CASA) Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga Pada Bank OCBC NISP Syariah Makassar. *YUME : Journal of Management*, 7(3), 380–396. <https://doi.org/10.37531/yum.v7i3.7173>
- Sahli, A., Muchtar, D., Husaini, & Ilham, R. N. (2023). The Influence of Third Party Funds, Non-Performing Financing and Profit Sharing on Financing Disbursement (Case Study at Bank Aceh Syariah). *Journal of Accounting Research, Utility Finance and Digital Assets*, 1(4), 607–618.
- Shin, H. Y., & Ong, M. Z. (2021). Comparison of Economic Activities: Time Deposits, Investments, Income and Needs. *Journal of Asian Multicultural Research for Economy and Management Study*, 2(1), 31–37. <https://doi.org/10.47616/jamrems.v2i1.84>
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212>
- Silviany, R., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Trade Center dalam Menghadapi Persaingan di Industri Perbankan. *Journal on Education*, 5(3), 10250–10264. <https://www.jonedu.org/index.php/joe/article/view/1919>
- Siregar, P. A., Suginam, Harahap, N., & Hastuti, O. (2023). Menganalisis Pengaruh Cadangan Kerugian Penurunan Nilai (CKPN), Dana Pihak Ketiga (DPK), dan Non-Performing Financing (NPF) Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(2), 307–316. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i2.4494>
- Siringoringo, M. J., & Sijabat, J. (2023). CAR, LDR and Third Party Funds on the Amount of Credit Disbursed by Rural Banks in North Sumatera, Indonesia. *DIJEFA: Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v4i1>
- Sugeng, & Prasetyo, E. (2019). Analisis CAR, Dana Pihak Ketiga, NPK, dan BO terhadap BOPO Produk Pembiayaan Perbankan Syariah. *Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 22–41. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v3i1.3001>
- Tofan, M., Munawar, A., Supriadi, Y., & Effendy, M. (2022). Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Tingkat Suku Bunga Kredit Terhadap Profitabilitas Bank BUMN. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 97–104. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1280>
- Ulandari, O. (2023). Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Efektivitas Marketing Mix 4P Terhadap Penjualan BUMDes “ Sumber Rejeki ” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *E-BISMA: Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi*, 4(1), 183–195. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.931>
- Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 1101–1106. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>
- Wahyudin, A. (2023). Peran Inovasi Produk Keuangan Dalam Mengatasi Dampak Ekonomi Pandemi: Kasus Deposito Berhadiah Win Solution di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 190–201. <https://doi.org/10.32806/4v82v353>
- Widjaja, G. (2022). What Experts Tell about Integrated Marketing Communication for Effective Business Promotion and Sale Strategy. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(1), 48–62. <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1661>

- Yolanda, N., Putri, R. D., & Anggreni, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Citra Perbankan Dan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus Pada Bank BRI Unit Selayo). *Journal of Innovation Research and Knowledge, 2(5)*, 2161–2180.  
<https://doi.org/10.53625/jirk.v2i5.3662>
- Yuniati, S., Munir, M., & Rahmania, S. (2024). The Effectiveness of Wadiah Term Savings With Prizes (SAJADAH) in Increasing Customers of BMT NU East Java Jatibanteng Branch. *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies, 3(2)*, 133–144.
- Zaini, F., Shuib, M. S. Bin, & Ahmad, M. Bin. (2019). The Prospect of Sharia Banking in Indonesia (Opportunities, Challenge and Solutions). *International Journal of Business Management and Economic Review, 2(4)*, 1–14.