

RESEARCH ARTICLE

Open Access

Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga Ib pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong

Jamali ¹, Eka Wahyuni ^{2*}

^{1,2*} Program Studi Keuangan dan Perbankan Nusantara, Akademi Keuangan Perbankan Nusantara, Kabupaten Aceh Timur, Provinsi Aceh, Indonesia.

*Correspondence email:
weka74275@gmail.com ^{2*}

Received: 22 April 2022
Accepted: 12 May 2022
Published: 30 June 2022

Full list of author information is
available at the end of the article.

Abstract

This study aims to determine the mechanism for opening Seulanga Ib savings and marketing strategies at PT Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong. The type of data used in this study is primary data. Data collection techniques were carried out through Field Research with direct observation and interview methods on the target object, namely Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong, Pante Bidari District, East Aceh Regency in order to obtain data that was in accordance with actual conditions in the field. The data obtained are presented descriptively. The results obtained by K from this study are that there is a mechanism for opening a Seulanga iB savings account, the conditions that must be attached and the conditions for opening a Seulanga iB savings account, including: 1) Submit a photocopy of a valid identity card such as an ID card or driver's license. 2) Fill in the front of the Seulanga iB savings form. 3) The initial deposit for opening a Seulanga Savings account is IDR 100,000 (one million rupiah) for the next deposit, a minimum of IDR 100,000 (one hundred thousand rupiah). The marketing strategy carried out by PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong in marketing the Seulanga iB Savings product is carried out in various ways including: a) Direct Selling, b) Cross Selling, c) Open Table, d) Advertising, and e) Sales Promotion.

Keywords: Marketing Strategy; Products, Seulanga Savings; Bank Aceh Syariah.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme pembukaan tabungan seulanga Ib dan Strategi pemasaran Pada PT Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong. Adapun jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui Field Research dengan metode Pengamatan dan wawancara secara langsung pada objek yang dituju yaitu Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong Kecamatan Pante Bidari Kabupaten Aceh Timur guna mendapatkan data yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dilapangan. Data yang diperoleh disajikan secara deskriptif. Hasil yang didapatkan K dari penelitian ini adalah di dapat mekanisme untuk pembukaan tabungan seulanga iB, syarat-syarat yang harus dilampirkan serta ketentuan-ketentuan untuk membuka tabungan seulanga iB antara lain : 1) Menyerahkan fotocopy kartu identitas diri yang masih berlaku seperti KTP atau SIM. 2) Mengisi form formulir tabungan seulanga iB. 3) Setoran awal pembukaan rekening Tabungan Seulanga sebesar Rp1000.000,- (satu juta rupiah) untuk setoran berikutnya minimum Rp100.000,- (seratus ribu rupiah). Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong dalam memasarkan produk Tabungan Seulanga iB dilakukan dengan macam cara diantaranya: a) Direct Selling, b) Cross Selling, c) Open Table, d) Advertising, dan e) Sales Promotion.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Produk; Tabungan Seulanga; Bank Aceh Syariah.



1. Pendahuluan

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai (Santoso, 2017; Hamid, 2019). Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut, maka Bank perlu (Kasmir, 2011; Suryani, 2017). Menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya. 2) Memberikan nilai lebih terhadap produk yang di tawarkan dibandingkan dengan produk pesaing. 3) Menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya. 4) Memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan. PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong menawarkan berbagai macam produk, seperti tabungan, pembiayaan, dan produk jasa (Amri dkk, 2018; Dimitha dkk, 2021). Produk produk tersebut ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama masyarakat Lhok Nibong, Madat, Simpang Ulim dan Pante Bidari. Masyarakat tersebut mempunyai keinginan yang tinggi untuk menggunakan produk produk PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong yaitu produk tabungan, seperti produk Tabungan Seulanga iB.

Produk tabungan seulanga iB merupakan salah satu produk unggulan PT. Bank Aceh Syariah khususnya di Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong, tabungan produk seulanga dapat menjadi pertanggungan asuransi jiwa sebesar Rp10.000.000,- (sepuluh juta rupiah) (Sari, 2021; Darlisa, 2021). Biaya premi pertanggungan asuransi jiwa nasabah tabungan seulanga iB di tanggung oleh Bank, produk tabungan seulanga iB menghadirkan berbagai banyak macam hadiah-hadiah yang disediakan oleh Bank dalam bentuk barang atau paket dan dapat ditukarkan sesuai dengan keinginan penabung sejauh poin yang telah di kumpulkan mencukupi untuk mendapatkan hadiah dimaksud (Irwoana, 2018; Fachmi, 2020).

2. Metode

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui mekanisme pembukaan tabungan seulanga iB dan Strategi pemasaran Pada PT Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong (Dewanti, 2021; Entaresmen, 2019). Adapun jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Selanjutnya Raharjo (2011) Teknik pengumpulan data dilakukan melalui Field Riset dengan metode Pengamatan dan wawancara secara langsung pada objek yang dituju yaitu Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong Kecamatan Pante Bidari Kabupaten Aceh Timur guna mendapatkan data yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan. Data yang diperoleh baik hukum primer secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif untuk mendapat hasil yang diinginkan dalam penelitian ini (Mezak, 2016).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut, maka Bank perlu (Kasmir, 2011). Menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya. 2) Memberikan nilai lebih terhadap produk yang di tawarkan dibandingkan dengan produk pesaing. 3) Menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya. 4) Memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan.

PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong menawarkan berbagai macam produk, seperti tabungan, pembiayaan, dan produk jasa. Produk produk tersebut ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama masyarakat Lhok Nibong, Madat, Simpang Ulim dan Pante Bidari. Masyarakat tersebut mempunyai keinginan yang tinggi untuk menggunakan produk produk PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong yaitu produk tabungan, seperti produk Tabungan Seulanga iB.

Produk tabungan seulanga merupakan salah satu produk unggulan PT. Bank Aceh Syariah khususnya di Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong, tabungan produk seulanga dapat menjadi pertanggungan asuransi jiwa sebesar Rp10.000.000,- (sepuluh juta rupiah). Biaya premi pertanggungan asuransi jiwa nasabah tabungan seulanga iB di tanggung oleh Bank, produk tabungan seulanga iB menghadirkan berbagai banyak

macam hadiah-hadiah yang disediakan oleh Bank dalam bentuk barang atau paket dan dapat ditukarkan sesuai dengan keinginan penabung sejauh poin yang telah di kumpulkan mencukupi untuk mendapatkan hadiah dimaksud (Siddiq, 2019).

Untuk membuka Tabungan Seulanga iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong mempunyai mekanisme untuk pembukaan tabungan seulanga iB, syarat-syarat yang harus dilampirkan serta ketentuan-ketentuan untuk membuka tabungan seulanga iB antara lain: 1) Menyerahkan fotocopy kartu identitas diri yang masih berlaku seperti KTP atau SIM. 2) Mengisi Dan menandatangani formulir pembukaan buku Tabungan Seulanga iB yang telah tersedia. 3) Setoran awal pembukaan rekening Tabungan Seulanga sebesar Rp1.000.000,- (satu juta rupiah) untuk setoran berikutnya minimum Rp100.000,- (seratus ribu rupiah). 4) Batas saldo minimum adalah sebesar Rp500.000,- (lima ratus ribu rupiah). 5) Biaya admin per bulan sebesar Rp10.000,- (sepuluh ribu rupiah). 6) Biaya kartu anjungan tunai mandiri atau ATM sebesar Rp10.000,- (sepuluh ribu rupiah). Apabila mengalami kehilangan kartu ATM dan untuk mendapatkan pengganti baru dikenakan biaya Rp20.000,- (dua puluh ribu rupiah).

Untuk tarik tunai saldo per hari biasanya maksimal sebesar Rp10.000.000,- (sepuluh puluh juta rupiah) sedangkan untuk transaksi transfer antar bank jaringan ATM bersama hingga Rp25.000.000,- (dua puluh lima juta rupiah) perhari, layanan transfer antar rekening Bank Aceh Syariah hingga Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) perhari, dengan menggunakan jenis kartu ATM Seulanga. Setiap nasabah diberi kesempatan ikut dalam undian untuk memenangkan berbagai hadiah yang diselenggarakan secara resmi oleh pihak Bank Aceh sendiri, Namun sebelumnya harus memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku seperti batas minimum saldo yang ada di dalam rekening tabungan. Berikut beberapa siaran yang diwajibkan agar nasabah bisa ikut dalam undian hadiah Tabungan Seulanga: 1) Rekening tabungan nasabah dalam keadaan aktif minimum saldo yang ada di dalamnya sebesar Rp1.000.000,- (satu juta rupiah). 2) Nasabah mendapatkan 1 poin dari kelipatan Rp500.000,- (lima ratus ribu rupiah) pada saldo rekening tabungan yang sedang berjalan. Hal ini terlihat Tabel: 1 Simulasi perhitungan poin (Brosur Bank Aceh Syariah)

Tabel 1. Simulasi perhitungan poin (Brosur Bank Aceh Syariah)

Bulan ke	Rata-rata Saldo	Jumlah Poin	Akumulasi Poin
1	2.500.000.000	5.000	5.000
2	2.500.000.000	5.000	10.000
3	2.500.000.000	5.000	15.000
4	2.500.000.000	5.000	20.000
5	2.500.000.000	5.000	25.000

Dapat dihitung dengan rumus

$$\begin{aligned} \text{Jumlah poin} &= \frac{\text{jumlah saldo}}{500.000} \\ &= \frac{2.500.000.000}{500.000} \\ &= 5.000 \end{aligned}$$

Dana atau saldo rekening Tabungan Seulanga yang berasal dari dana pemerintah tidak bisa ikut dalam poin undian berhadiah ini. Berikut hadiah yang bisa didapatkan oleh para nasabah yang telah memenuhi syarat dan ketentuan dalam program undian hadiah poin undian hadiah Tabungan Seulanga Bank Aceh. Tabel 2 menunjukkan Jumlah Poin Untuk Penukaran Hadiah Tabungan Seulanga iB pada Bank Aceh Syariah.

Tabel 2. Penukaran Hadiah Tabungan Seulanga iB pada Bank Aceh Syariah

No	Jenis Hadiah	Jumlah Poin
1	Microwafe	2.000
2	Home Theater	3.010
3	Dispenser Galon Atas Bawah	3.710
4	Kulkas 2 Pintu	4.200
5	Ac 1 Pk	4.620
6	Sepeda Gunung	6.450
7	Tv Led 43 Inchi	6.860
8	Kamera Mirrorless	11.900
9	Iphone 6s I6 Gb	14.420
10	Sepeda Motor (Honda Vario I 25 Esp Cbs Iss)	23.350

11	Sepeda Motor (Yamaha Nmax Cbr Non Abs)	31.200
12	Sepeda Motor (Honda All New Cbr I 50r Std)	42.850
13	Mobil (Honda Brio Styia E M/T)	198.400
14	Mobil (Tayota Veloz 1,5 M/T)	303.240
15	Mobil (Honda Hrv 1,5 M/T)	378.100

Sumber : Brosur Tabungan Seulanga Bank Aceh Syariah.

Bagi nasabah Tabungan Seulanga Bank Aceh yang telah memiliki point sejumlah poin hadiah tertentu bisa langsung menukarkan poin tersebut dengan hadiah yang diinginkan selama program undian hadiah Tabungan Seulanga Bank Aceh masih berlangsung, bagi nasabah yang telah melakukan penutupan rekening Tabungan Seulanga Bank Aceh tidak berhak untuk ikut dalam undian ini. Adapun Keunggulan-keunggulan Tabungan Seulanga iB yang harus diketahui nasabah PT. Bank Aceh Syariah antara lain: 1) Tabungan Seulanga iB adalah produk Tabungan Bank Aceh. 2) Dengan tagline "Seutuhnya Melayani Nanggroe". 3) Tabungan Seulanga iB memiliki keunggulan dengan nisbah progressive dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan. 4) Mendapatkan fasilitas ATM seulanga (fitur ATM seulanga sama dengan ATM jenis platinum). 5) Mendapatkan fasilitas Mobile Banking. 6) Dapat dijadikan jaminan kredit. 7) Sebagai sarana pembayaran Listrik, Air, dan Telepon. 8) Pertanggungan asuransi jiwa nasabah sebesar Rp10.000.000,- (sepuluh juta rupiah) Biaya premi pertanggungan asuransi jiwa nasabah Tabungan Seulanga iB ditanggung oleh bank. 9) Pengajuan klaim dapat dilakukan paling lambat 9 (Sembilan) bulan sejak tertanggung meninggal dunia diajukan ke kantor Bank Aceh atau kantor Perwakilan Jasa Raharja terdekat di seluruh Indonesia.

Penabung berhak diikutsertakan dalam perebutan hadiah langsung seulanga berdasarkan poin penabung. Agar produk tersebut laku dijual di masyarakat atau nasabah, maka nasabah perlu tahu kehadirannya produk tersebut berikut manfaat, di mana bisa diperoleh, dan kelebihan-kelebihannya di bandingkan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada nasabah adalah melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir bank harus mempromosikan seluruh produk seluas mungkin kepada nasabah. Salah satunya seperti produk Tabungan Seulanga iB yang memiliki cara pemasaran tersendiri yang membuat nasabah ingin membelinya. Seperti, Pertanggungan asuransi jiwa nasabah sebesar Rp10.000.000,- (sepuluh juta rupiah) Biaya premi pertanggungan asuransi jiwa nasabah Tabungan Seulanga iB ditanggung oleh bank. Pengajuan klaim dapat dilakukan paling lambat 9 (Sembilan) bulan sejak tertanggung meninggal dunia diajukan ke kantor Bank Aceh atau kantor perwakilan Jasa Raharja terdekat di seluruh Indonesia.

3.2 Pembahasan

Konsep pemasaran produk Tabungan Seulanga iB yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong dalam memasarkan produknya yaitu memaksimalkan kepuasan pengguna tabungan seulanga iB dari segi Kemudahan, Kepraktisan, dan Keamanan. Oleh karena itu, PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong dituntut untuk menetapkan tujuan dan strategi dengan sebaik-baiknya sehingga segala perubahan lingkungan dapat diantisipasi dengan cermat. Hal tersebut dapat diterapkan dengan membuat strategi pemasaran yang terencana dan terarah. Dalam melakukan aktivitas pemasarannya, strategi yang dijalankan PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong yaitu dengan terus berupaya memberikan pelayanan terbaik dan fasilitas-fasilitas yang mempermudah pengguna Tabungan Seulanga iB dalam melakukan kegiatan keuangan dan jasa lainnya. Adapun bentuk strategi pemasaran Tabungan Seulanga antara lain:

- 1) Direct Selling yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh agency penjualan dan promosi tabungan seulanga kepada calon nasabah PT. Bank Aceh Syariah dengan cara mendatangi nasabah secara langsung. Pada dasarnya direct selling terbagi dua:
- 2) Direct selling door to door yaitu strategi yang dilakukan oleh bank dengan mendatangi atau menjumpai calon nasabah secara langsung tanpa adanya sebuah perjanjian terlebih dahulu dengan calon nasabah.
- 3) Direct selling exhibition yaitu strategi yang dilakukan oleh bank dalam menjual produk Tabungan Seulanga iB lewat acara pameran-pameran di pusat-pusat keramaian dan perbelanjaan.
- 4) Cross selling yaitu strategi yang dilakukan apabila ada nasabah yang ingin membuka rekening atau mengambil pembiayaan maka customer service menyampaikan atau menawarkan produk lain yang ada di bank aceh tersebut.
- 5) Personal Selling yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh karyawan dengan cara melakukan hubungan langsung secara personal dengan tujuan utama memberitahukan kepada nasabah mengenai berbagai produk dan jasa keuangan lainnya yang dimiliki PT. Bank Aceh Syariah.
- 6) Open Table yaitu strategi pemasaran yang dilakukan di kantor pemerintah/swasta dengan cara meletakkan souvenir, brosur atau alat-alat yang berhubungan dengan produk-produk bank pada suatu tempat dalam upaya memperkenalkan produk Tabungan Seulanga iB dan produk-produk PT. Bank Aceh

Syariah lainnya secara lebih dekat.

- 7) Periklanan (Advertising) yaitu strategi promosi melalui media. Baik itu media cetak (baliho, spanduk, brosur dll) di tempat-tempat strategis, media social (Instagram, Facebook, Twitter, Google dll).
- 8) Sales promotion yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh bagian marketing yang turun langsung kelapangan untuk menawarkan produk-produk kepada calon nasabah dengan rayuan seperti banyaknya hadiah-hadiah yang ditawarkan oleh bank.

Selama ini, strategi pemasaran produk Tabungan Seulanga iB yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong hanya menerapkan strategi Cross Selling. Sementara itu masih ada strategi yang lain seperti: Direct Selling (Direct selling door to door dan Direct selling exhibition), Personal Selling, Open Table, Advertising (Periklanan), dan Sales promotion. Pada PT. Bank Aceh Syariah Lhok Nibong memiliki banyak produk salah satunya yaitu: Produk Tabungan Seulanga iB. Strategi pemasaran Produk Tabungan Seulanga iB diterapkan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan cara menghadirkan berbagai keunggulan yang dimiliki Tabungan Seulanga iB yang membuat nasabah tertarik untuk memiliki produk Tabungan Seulanga iB, pihak bank berusaha memahami apa yang menjadi kendala bagi nasabah, sehingga apabila nantinya ada kesulitan, pihak bank dan nasabah akan bersama-sama bermusyawarah dan mencari solusi dari masalah yang dihadapi. Pemasaran merupakan ruh dari sebuah institusi bisnis. Semua orang yang bekerja dalam institusi tersebut adalah marketer yang membawa integritas, identitas, dan image perusahaan. Sebuah institusi yang menjalankan Pemasaran Syariah adalah perusahaan yang tidak berhubungan dengan bisnis yang mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut syariah, yaitu bisnis judi, riba, dan produk-produk haram. Namun, walaupun bisnis perusahaan tersebut tidak berhubungan dengan kegiatan bisnis yang diharamkan, terkadang taktik yang digunakan dalam memasarkan produk-produk mereka masih menggunakan cara-cara yang diharamkan dan tidak etis.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah di dapat mekanisme untuk pembukaan tabungan seulanga iB, syarat-syarat yang harus dilampirkan serta ketentuan-ketentuan untuk membuka tabungan seulanga iB antara lain : 1) Menyerahkan fotocopy kartu identitas diri yang masih berlaku seperti KTP atau SIM. 2) Mengisi form formulir tabungan seulanga iB. 3) Setoran awal pembukaan rekening Tabungan Seulanga sebesar Rp1000.000,- (satu juta rupiah) untuk setoran berikutnya minimum Rp100.000,- (seratus ribu rupiah). Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong dalam memasarkan produk Tabungan Seulanga iB dilakukan dengan macam cara diantaranya : a) Direct Selling, b) Cross Selling, c) Open Table, d) Advertising, dan e) Sales Promotion.

Referensi

- Amri, K., Quratul'aini, I., & Julianty, J. (2018). Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 31-41.
- Darlisa, F. (2021). Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan (*Doctoral dissertation*).
- Dewanti, N. A. (2021). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpeda Wadiah Bank Bpd Diy Syariah KCP UII.
- Dimitha, D. V., Ibrahim, A., & Ahmadsyah, I. (2021). Analisis Persepsi Nasabah terhadap Strategi Pemasaran Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh. *Journal of Sharia Economics*, 2(1), 42-58.
- Entaresmen, R. A., & Pertiwi, D. P. (2017). Strategi Pemasaran Terhadap penjualan produk tabungan iB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 53-74.

- Fachmi, M., & Setiawan, I. P. (2020). Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah Analisis Kasus melalui Riset di Industri Asuransi Jiwa. CV. Pustaka Learning Center.
- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 16-34.
- Irwoana, F. (2018). Strategi pemasaran gadai emas pada produk rahn pt. bank Aceh syariah cabang S. Parman (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Kasmir, S. E. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Mezak, M. H. (2006). Jenis, Metode dan Pendekatan Dalam Penelitian Hukum.
- Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif.
- Santoso, E., & Riawan, R. (2017). Strategi Pemasaran Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Pada BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo.
- Sari, N. (2021). Pengaruh Produk Unggulan Dan Strategi Promosi, Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Seulanga iB Pada PT Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Kota Subulussalam (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Shiddiq, A. (2019). Mekanisme Pembiayaan Multiguna Pt. Bank Aceh Syariah KCP Sutomo Medan (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Suryani, T. (2017). *Manajemen pemasaran strategik bank di era global*. Prenada Media.

How Cites

Jamali, & Wahyuni, E. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga Ib pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Lhok Nibong. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 26–31. <https://doi.org/10.58477/ebima.v1i1.18>.

Publisher's Note

Yayasan Pendidikan Mitra Mandiri Aceh (YPPMA) remains neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations. Submit your manuscript to YPMMA Journal and benefit from: <https://journal.ypmma.org/index.php/ebima>.