

**ANALISIS PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DALAM MENINGKATKAN NASABAH  
TABUNGAN HAJI DI BSI KC BOGOR PAJAJARAN SUKASARI**

**ANALYSIS OF THE APPLICATION OF BUSINESS MODEL CANVAS IN INCREASING HAJJ  
SAVINGS CUSTOMERS AT BSI KC BOGOR PAJAJARAN SUKASARI**

Nynthyas Nurul Inayah<sup>1</sup>, Afiatin Dewi<sup>2</sup>, Lilis Fauziah Balgis<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas  
Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16720.

<sup>2</sup>Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas  
Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16720.

<sup>3</sup>Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas  
Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16720.

<sup>a</sup>Korespondensi E-mail: [thysssss0705@gmail.com](mailto:thysssss0705@gmail.com)

**ABSTRAK**

Menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* yang berjudul "*The Muslim 500*" edisi 2022, Indonesia merupakan sebuah negara dengan jumlah populasi muslim terbesar di dunia dengan jumlah 231,06 juta penduduk di Indonesia menganut atau beragama Islam. Jumlah tersebut setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, jumlah penduduk penganut agama Islam dari 3 (tiga) tahun terakhir mengalami kenaikan. Dari data tersebut tentunya umat muslim menjadi sebuah potensi bagi para lembaga – lembaga keuangan baik syariah maupun konvensional untuk meningkatkan penjualan jasa berupa produk tabungan haji. Lembaga keuangan seperti bank berlomba – lomba untuk memanfaatkan potensi tersebut. Pemasaran yang dilakukan untuk mendapat penawaran atau penjualan dari populasi umat muslim tersebut sangat beragam. Salah satu kebutuhan dari populasi umat muslim tersebut adalah sebuah solusi keuangan untuk pemberangkatan Ibadah Haji. Pemasaran tersebut dapat dianalisis melalui Business Model Canvas. Hasil analisis penerapan business model canvas pada pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bogor Pajajaran Sukasari menunjukkan bahwa pemasaran secara langsung seperti broadcast melalui Whatsapp, dan penawaran face to face pada event tertentu melalui gerai merupakan pemasaran yang mendominasi calon nasabah untuk memiliki produk tabungan haji yang ditawarkan. Strategi tersebut menunjukkan peningkatan nasabah tabungan haji di Bank Syariah Kantor Cabang Bogor Pajajaran Sukasari.

Kata kunci: Business Model Canvas, Pemasaran, Tabungan Haji.

**ABSTRACT**

According to the report of *The Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC)* entitled "*The Muslim 500*" 2022 edition, Indonesia is the country with the largest Muslim population in the world with 231.06 million people in Indonesia who are Muslim. This number is equivalent to 86.7% of the total population of Indonesia. According to the Central Statistics Agency of West Java Province, the number of Muslims in the last 3 (three) years has increased. From this data, of course, Muslims are a potential for financial institutions, both sharia and conventional, to increase sales of services in the form of Hajj savings products. Financial institutions such as banks are competing to take advantage of this potential. The marketing carried out to get offers or sales from the Muslim population is very diverse. One of the needs of the Muslim population is a financial solution for the departure of the Hajj Pilgrimage. This marketing can be analyzed through the Business Model Canvas. The results of the analysis of the application of the business

*model canvas in the marketing of hajj savings products carried out by Bank Syariah Indonesia, Bogor Pajajaran Sukasari Branch Office, show that direct marketing such as broadcasts via Whatsapp, and face-to-face offers at certain events through outlets are marketing that dominates potential customers to have the hajj savings products offered. This strategy shows an increase in hajj savings customers at Bank Syariah, Bogor Pajajaran Sukasari Branch Office.*  
 Keywords: Business Model Canvas, Hajj Saving, Marketing.

---

Inayah, N, N., Dewi, A., & Balgis, L, F. 2024. Analisis Penerapan *Business Model Canvas* dalam Meningkatkan Nasabah Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bogor Pajajaran Sukasari. *NIABSH: Jurnal Perbankan Syariah* 10 (2): 190-198.

---

## PENDAHULUAN

Bersama dengan berkembangnya perekonomian dan pemahaman warga negara akan pentingnya finansial, perkembangan sektor perbankan Indonesia juga terus bertumbuh, dan lembaga keuangan syariah serta aktivitas ekonomi berbasis syariah juga mengikuti hukum perbankan syariah. Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip syariah.

Laporan "Top 500 Muslim" tahun 2022 yang disusun oleh Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC) membuktikan bahwa Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbanyak di dunia, dan total umat Islam di Indonesia sebanyak 231,06 juta jiwa. Total ini setara dengan 86,7% dari total warga Indonesia. Selaku negara dengan penduduk umat Islam terbanyak, ibadah haji menjadi momen penting dalam kehidupan umat Islam Indonesia. Sebagai halnya firman Allah dalam QS. AL – Imran ayat 97.

Menurut ayat tersebut dijelaskan pentingnya mengerjakan ibadah haji jika seorang muslim sanggup. Setiap tahunnya, ribuan jamaah haji melakukan perjalanan ke tanah suci untuk memenuhi rukun Islam yang kelima, yaitu ibadah haji. Untuk mengatur pemberangkatan haji, Indonesia mengaplikasikan kuota haji yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah. Peraturan ini bermaksud untuk menyepadankan efisiensi pelayanan,

efisiensi fasilitas serta menjamin keamanan dan kenyamanan jemaah haji. Selain kebijakan pengaturan jumlah jamaah haji setiap tahunnya, pemerintah juga memberlakukan kebijakan pengaturan biaya penyelenggaraan ibadah haji setiap tahunnya melalui pertimbangan Menteri Agama Republik Indonesia.

Menurut regulasi pemerintah yang tertuang pada UU No. Pasal 1 mengungkapkan bahwa bank yang memperoleh simpanan untuk membiayai biaya penyelenggaraan ibadah haji, yang seterusnya disebut BPS BPIH, ialah Bank Umum Syariah atau Unit Usaha Syariah yang didirikan oleh BPKH (Badan Pengelola Keuangan Haji). Salah satu bank umum syariah yang ditunjuk oleh Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) adalah Bank Syariah Indonesia.

Saat ini Bank Syariah Indonesia merupakan bank syariah terbesar di Indonesia. Selama melaksanakan fungsinya, Bank Syariah Indonesia patut menyajikan berbagai macam produk yang dapat mencukupi keperluan warga negara Indonesia. Salah satu produk Bank Syariah Indonesia yakni Tabungan Haji yang menerapkan akad Mudharabah, yaitu produk tabungan pihak ketiga atau dana nasabah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah berniat memenuhi ibadah haji atau pada waktu khusus yang disepakati antara nasabah.

Saat ini banyak terdapat bentuk bidang usaha sebab pesatnya pertumbuhan jumlah perusahaan dan perusahaan. Menurut Alexander dan Pigneur (2012), bentuk bisnis merupakan representasi

mendasar dari pemikiran yang terkait dengan bagaimana suatu organisasi atau perusahaan membentuk, mengemukakan, dan mengambil nilai yang terkait dengan seluruh kegiatan bisnis. Kanvas model bisnis terdiri dari sembilan unsur dasar, termasuk segmen konsumen, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan dan sumber daya utama (key resource), aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya.

Penggunaan kanvas model bisnis dapat memberikan gambaran model bisnis suatu perusahaan dan hubungan antara satu blok dengan blok lainnya dengan lebih menarik. Business model canvas dapat membantu perusahaan untuk mengenali apa yang menjadi nilai dari perusahaan, menjalankan aktivitas, mendapatkan arus pendapatan dan memahami bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan dapat dikomunikasikan atau disampaikan dengan baik kepada pelanggan atau nasabah.

## MATERI DAN METODE

### A. Strategi Pemasaran

Sebuah strategi pemasaran terdiri dari dua kata: pemasaran dan strategi. Strategi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah rencana yang cermat tentang kegiatan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan atau tujuan tertentu. Namun, pemasaran adalah tindakan atau kegiatan memasarkan barang dagangan ke masyarakat dengan dukungan pemerintah. Dari kedua definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa strategi pemasaran adalah rencana komprehensif tentang cara memasarkan suatu barang atau jasa untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Ferrel & Hartline (2019), menciptakan keunggulan kompetitif dan mempertahankan pelanggan atau konsumen yang sudah ada adalah salah satu tujuan dari strategi pemasaran. Secara umum, tujuan strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan konsumsi, atau untuk memudahkan dan merangsang konsumsi, meningkatkan kepuasan pelanggan atau konsumen, meningkatkan keberagaman

produk, dan meningkatkan kualitas produk. Prinsip yang harus dilakukan dalam pemasaran (Hafidhuddin, 2019), antara lain:

1. Tidak menggunakan cara yang batil. Menggunakan cara yang bertentangan dengan syariat atau ajaran Islam berarti menghalalkan atau membenarkan apa pun tanpa mempertimbangkan apakah cara tersebut dilarang oleh Islam.
2. Meninggalkan perkara yang syubhat. Perbuatan yang samar atau tidak jelas apakah itu halal atau haram disebut syubhat
3. Memfasilitasi transaksi. Mempermudah transaksi dalam jual beli adalah salah satu etika dalam melakukan bisnis atau transaksi menurut Islam. Mereka telah menghemat waktu dan tenaga dengan mempermudah transaksi.
4. Tidak menipu dan tidak dzalim: Jujur dan tidak menipu tidak memaksa pembeli untuk membeli sesuatu. Ridhaa, suka sama suka, dan tidak ada paksaan adalah dasar transaksi menurut Islam.

### B. Business Model Canvas

*Business Model Canvas* menurut Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam bukunya pada tahun 2012 yang berjudul “*Nine Building Blocks*” merupakan gambaran bagaimana menciptakan sebuah organisasi, bagaimana cara menangkap dan memberikan nilai untuk organisasi tersebut.

1. Segmentasi Pelanggan (Customer Segment), merupakan sebuah proses dalam memecah kelompok besar (heterogen) menjadi kelompok yang lebih kecil (homogen). Proses pemecahan ini dapat dilakukan dengan cara memisahkan kelompok berdasarkan umur, kebutuhan, masalah, perilaku dan lain - lain.
2. Proposisi Nilai Pelanggan (Value Proposition) merupakan manfaat yang akan diberikan kepada pelanggan dari sebuah usaha. Nilai atau manfaat yang diberikan kepada

- pelanggan akan mempengaruhi keputusan untuk memilih produk atau jasa yang ditawarkan.
3. Saluran (Channels) merupakan proses atau kegiatan bagaimana sebuah usaha atau perusahaan berkomunikasi dengan segmentasi pasar atau pelanggan dengan membawa atau menyampaikan manfaat dan nilai yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan baik jasa maupun produk.
  4. Hubungan Dengan Pelanggan merujuk pada sebuah interaksi yang terjadi antara Perusahaan dan pelanggan. Hubungan yang dibangun oleh sebuah Perusahaan terhadap pelanggannya sangat penting, karena hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan dapat mempengaruhi tingkat penjualan, keputusan pembelian, kepuasan pelanggan, reputasi merek dan lain – lain.
  5. Sumber Pendapatan Utama atau Aliran Pendapatan adalah sumber yang membantu mengisi kas perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pertukaran barang dan jasa. Hibah, investasi, dan lain-lain adalah contoh sumber pengisi kas ini.
  6. Sumber Daya Utama—Sumber daya yang sangat penting bagi suatu perusahaan produk atau jasa untuk menyampaikan dan menawarkan nilai dan manfaat dari produk atau jasa tersebut. Sumber daya terdiri dari empat kategori: fisik, intelektual, manusia, dan finansial. Perusahaan juga dapat memiliki atau menyewa sumber daya tersebut, atau mitra utama dapat memperolehnya.
  7. Kegiatan Utama (*Key Activities*), merupakan segala kegiatan atau aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas sebuah bisnis yang menghasilkan nilai atau manfaat bagi pelanggan.
  8. Struktur biaya mencakup pemerataan biaya untuk kegiatan operasional perusahaan atau perusahaan. Selain itu, struktur biaya juga dapat menjadi alat untuk mengelola anggaran perusahaan secara lebih efisien, membantu meminimalkan resiko kerugian dan kondisi keuangan perusahaan yang buruk.
  9. Sumber daya penting yang berasal dari luar bisnis atau perusahaan digunakan untuk memberikan nilai atau manfaat kepada pelanggan dikenal sebagai sumber daya penting. Sumber daya ini dapat berasal dari pihak ketiga atau pihak ketiga seperti supplier, mitra bisnis, atau perusahaan lain yang memiliki kemampuan untuk mendukung produktivitas produk atau jasa bisnis.
- Kata haji berasal dari bahasa Arab “al-haji” yang berarti “datang, bertamu, menjenguk”. Menurut agama Islam, haji berarti melaksanakan ibadah haji, yaitu pergi ke Baitullah dan melakukan ritual keagamaan tertentu. Mulai dari berganti pakaian saat ihram, berdiam di Arafah (Uqf) dan sebagainya. Haji merupakan ritual suci dalam agama Islam. Tidak semua umat Islam atau muslim berkesempatan untuk melaksanakan ibadah haji. Khusus di Indonesia, ibadah haji diatur dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, dan penyelenggaraan ibadah haji tunduk pada peraturan dan ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah.
- Khususnya, peraturan atau ketentuan tersebut berkaitan dengan pendaftaran, biaya haji (ONH) atau biaya haji, visa, pengaturan keberangkatan, kuota haji, akomodasi, serta persiapan, pemberangkatan, dan kepulangan ke negara asal pemberangkatan. Ibadah haji merupakan ibadah yang hanya dilaksanakan satu kali dalam setahun dan tidak terbuka bagi seluruh umat Islam. Oleh karena itu, untuk memberikan pemahaman yang diperlukan, jamaah haji diberikan petunjuk tentang tata cara pelaksanaan ibadah haji. Melalui pendidikan dan

pembelajaran tata cara pelaksanaan ibadah haji yang biasa disebut dengan tata cara haji.

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan apabila telah memenuhi syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, namun penarikannya tidak dapat dilakukan dengan menggunakan cek, transfer melalui pos, bilyet giro, atau cara lain yang sesuai dengan konsep tersebut (Kashmir, 2002).

Produk tabungan yang dimanfaatkan dan ditawarkan oleh Perbankan Syariah adalah produk tabungan yang berdasarkan pada ajaran Islam atau syariat Islam.

Dewan Pengawas Syariah (DPS) telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibolehkan adalah tabungan yang berdasarkan pada prinsip wadiyya dan mudharabah (A. Karim, 2006). Untuk membantu masyarakat dalam mewujudkan rencananya untuk menunaikan ibadah haji, Bank Syariah menawarkan produk inovatif berupa Tabungan Haji. Tabungan haji merupakan tabungan yang berdasarkan akad mudharabah dan penarikannya dilakukan dalam jangka waktu yang panjang, sesuai dengan kesepakatan bersama, atau pada saat nasabah sebagai pemilik tabungan bersedia atau mampu untuk melaksanakan dan menunaikan ibadah haji. Tabungan haji sama halnya dengan tabungan atau deposito mudharabah lainnya, hanya saja tabungan ini khusus diperuntukkan bagi nasabah yang berencana untuk menunaikan atau menyempurnakan ibadah haji. Ada 4 jenis tabungan haji yang ditawarkan dan diperjualbelikan oleh bank syariah. Unit tersebut telah dievaluasi sehingga diterbitkan Fatwa DSN-MUI Nomor 1 Tahun 2000 tentang Tabungan Haji.

Unit ini telah dievaluasi dan telah menghasilkan terbitnya Fatwa DSN-MUI Nomor 1 Tahun 2000 tentang Tabungan Haji. Untuk membantu masyarakat dalam mewujudkan rencana menunaikan ibadah haji, Perbankan Syariah menawarkan produk inovatif berupa Tabungan Haji.

Tabungan haji merupakan tabungan yang berdasarkan akad mudharabah dan penarikannya dilakukan dalam jangka waktu yang panjang, sesuai dengan kesepakatan bersama, atau pada saat nasabah sebagai pemilik tabungan telah bersedia atau mampu untuk melaksanakan dan menunaikan ibadah haji.

Tabungan haji sama halnya dengan tabungan atau deposito mudharabah lainnya, hanya saja tabungan ini khusus diperuntukkan bagi nasabah yang berencana untuk menunaikan atau menyempurnakan ibadah haji.

Ada 4 jenis tabungan haji yang ditawarkan dan diperuntukkan bagi nasabah perbankan syariah. Unit tersebut telah dievaluasi sehingga terbit Fatwa DSN-MUI Nomor 1 Tahun 2000 tentang Tabungan Haji. Fatwa tersebut menyebutkan bahwa kebutuhan peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui tabungan aset memerlukan layanan perbankan, termasuk produk perbankan yang dapat menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan. hanya dapat ditarik dengan syarat dan ketentuan. Bank menyetujui dan nasabah menanggapi.

Metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data untuk tujuan dan manfaat tertentu. Hal ini erat kaitannya dengan prosedur, teknik, peralatan, dan rancangan penelitian yang dipilih untuk mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa desain penelitian yang digunakan konsisten dengan metode penelitian yang telah ditetapkan. Selain itu prosedur, teknik, dan peralatan yang digunakan dalam penelitian harus sesuai dengan metode penelitian yang digunakan. dipilih untuk menjamin keakuratan dan kesuksesan penelitian (Sagiyono, 2008).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Lase, definisi deskriptif adalah suatu cara untuk mengkaji kondisi orang, benda, rangkaian kondisi, sistem pemikiran, atau rangkaian peristiwa yang sedang berlangsung (D,

2020). Tujuan Penelitian deskriptif adalah untuk menciptakan gambaran, gambaran, atau penggambaran secara akurat berkaitan dengan ciri-ciri, fakta, dan hubungan antar fenomena yang diteliti. Penelitian deskriptif merupakan metode untuk mempelajari keadaan orang, objek, serangkaian kondisi, sistem pemikiran, atau rangkaian kejadian terkini. Tujuan Penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau penggambaran yang sistematis, berdasarkan fakta, dan akurat tentang hubungan antara fakta, karakteristik, dan fenomena yang diteliti (Nazir, 2005).

Penelitian kualitatif memberikan pendekatan yang lebih tepat untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dalam pendekatan ini, penelitian kualitatif cenderung lebih cocok untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang berbagai aspek kehidupan sosial, seperti nilai, norma, keyakinan, dan hubungan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam kondisi dan keadaan subjek penelitiannya melalui teknik-teknik seperti wawancara mendalam, observasi partisipan, dan analisis dokumen. Analisis strategi pemasaran dilakukan dengan menggunakan Business Model Canvas. Business model canvas terdiri dari sembilan blok business canvas: *cost structure, channels, value proposition, revenue source, Key Activities, Key Partnerships, customer relationships, customer segment, dan Key Partner*.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. *Customer Segment* BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari adalah masyarakat sekitar Kota Bogor dan Jabodetabek, masyarakat dengan rentang usia 0 – 75 tahun, serta masyarakat yang memiliki masalah terkait perencanaan simpanan untuk tujuan pemberangkatan ibadah haji.

**Tabel 1 Segmentasi Nasabah**

Segmentasi
Masyarakat Kota Bogor dan sekitarnya
Masyarakat dengan usia 0 - 75 tahun
Memiliki Nomor Induk Keluarga

2. *Value Propositions* BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari adalah persyaratan pembukaan rekening yang mudah, setoran awal minimal yang rendah, tabungan atau simpanan dapat digunakan atau didaftarkan oleh masyarakat dibawah usia 17 tahun dengan menggunakan produk Tabungan Haji Muda Indonesia serta tersedia auto debit saldo dari rekening debit yang disetujui nasabah ke taabungan haji secara otomatis dengan minimal pendebitan Rp. 100.000 perbulan dengan jangka waktu minimal 1 (satu) tahun.

**Tabel 2 Keunggulan Produk BSI Tabungan Haji**

Keunggulan Produk BSI Tabungan Haji
Produk tabungan haji dapat dimiliki oleh masyarakat dibawah 17 tahun
Setoran awal mulai dari Rp. 100.000,-
Persyaratan pembukaan rekening yang mudah
Tidak dipungut biaya administrasi
Memiliki program auto debit (Program Abatama)

3. *Channels* BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari dilakukan dalam dua cara yaitu secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung melalui komunikasi *face to face*, brosur serta banner. Sedangkan secara tidak langsung melalui website Bank Syariah Indonesia, media sosial pegawai, BSI dan BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari, broadcasting pesan Whatsapp dan telephone.

**Tabel 3 Bentuk Pemasaran Tabungan Haji**

Bentuk Pemasaran Tabungan Haji	
Langsung	Tidak Langsung
Face To Face	Website BSI
Telephone	Media Sosial BSI
Broadcasting	Media Sosial BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari
Whatsapp	
Brosur	Media Sosial Pegawai

4. *Customer Relationships* BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari adalah personal assistance, dedicated personal assistance, dan memberikan bingkisan yang dilakukan untuk nasabah prioritas.

5. *Revenue Streams* BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari adalah dari produk Tabungan Haji Indonesia dengan akad mudharabah atau bagi hasil.
6. *Key Partner* di BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari berupa SDM, fasilitas, teknologi dan lain – lain. BSI KC Bogor Pajajaran memiliki sumber daya manusia yang berjumlah lima orang dengan tugas dan wewenang masing – masing dalam menawarkan produk tabungan haji. BSI KC Bogor Pajajaran juga menggunakan kantor yang beralamat di Jl. Raya Pajajaran No.8, RT.06/RW.04, Baranangsiang, Kec. Bogor Tim., Kota Bogor, Jawa Barat 16143.
7. *Key Activities* BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari adalah penawaran yang dilakukan oleh Funding & Transaction Staff, Costumer Service atau Back Office Staff secara langsung maupun tidak langsung
8. *Key Partners* BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari bekerja sama dengan beberapa instansi atau lembaga lainnya seperti Talita Tour and Travel.
9. *Cost Structures* yang terdapat pada Bank Syariah Indonesia terdiri dari biaya operasional yang diperoleh dari financing activity atau penyaluran dana berupa pembiayaan serta kas kecil yang diberikan oleh pusat untuk operasional bank.

**Tabel 4 Bisnis Model Canvas**

Key Partner	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segments
Bekerjasama dengan beberapa instansi seperti Talita Tour and Travel serta bermitra dengan travel untuk talangan pemberangkatan ibadah haji	Penawaran yang dilakukan oleh Funding & Transaction Staff, Costumer Service atau Back Office Staff secara langsung maupun tidak langsung	1. Persyaratan pembukaan rekening yang mudah 2. Setoran awal minimal yang rendah 3. Tabungan atau simpanan dapat digunakan atau didaftarkan oleh masyarakat dibawah usia 17 tahun dengan menggunakan produk Tabungan Haji Muda Indonesia 4. Tersedia auto debet saldo dari rekening debit yang disetujui nasabah ke taabungan haji secara otomatis dengan minimal pendebitan Rp. 100.000 perbulan dengan jangka waktu minimal 1 (satu) tahun.	personal assistance, dedicated personal assistance, dan memberikan bingkisan yang dilakukan untuk nasabah prioritas.	1. Persyaratan pembukaan rekening yang mudah 2. Setoran awal minimal yang rendah 3. Tabungan atau simpanan dapat digunakan atau didaftarkan oleh masyarakat dibawah usia 17 tahun dengan menggunakan produk Tabungan Haji Muda Indonesia 4. Tersedia auto debet saldo dari rekening debit yang disetujui nasabah ke taabungan haji secara otomatis dengan minimal pendebitan Rp. 100.000 perbulan dengan jangka waktu minimal 1 (satu) tahun.
	Channels	Key Resources		
	1. Face to Face 2. Banner 3. Brosur 4. Gerai 5. Sosial media BSI 6. Sosial media BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari 7. Sosial media pegawai 8. Broadcasting Whatsapp 9. Telephone	1. Sumber daya manussia 2. Kantor 3. Fasilitas		
Cost Structure		Revenue Streams		
Cost Structures yang terdapat pada Bank Syariah Indonesia terdiri dari biaya operasional yang diperoleh dari financing activity atau penyaluran dana berupa pembiayaan serta kas kecil yang diberikan oleh pusat untuk operasional bank.		Aliran pendapatan yang paling dominan adalah dari produk tabungan haji mudharabah yang memberikan bagi hasil kepada bank serta biaya operasional yang diberikan oleh kantor pusat.		

**KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari menyoroti segmen pelanggan yang mencakup masyarakat Bogor dan Jabodetabek dari berbagai rentang usia, termasuk mereka yang memiliki kebutuhan terkait perencanaan simpanan untuk ibadah haji. Nilai yang ditawarkan termasuk

kemudahan persyaratan pembukaan rekening dan setoran awal yang rendah, serta opsi tabungan khusus untuk usia di bawah 17 tahun dengan Tabungan Haji Muda Indonesia. Kanal pemasaran meliputi komunikasi langsung seperti tatap muka, brosur, dan banner, serta tidak langsung melalui platform digital dan pesan broadcast. Hubungan dengan pelanggan

ditekankan pada pelayanan personal dan pemberian bingkisan untuk nasabah prioritas. Pendapatan utama berasal dari produk Tabungan Haji Indonesia dengan skema mudharabah. Sumber daya kunci termasuk SDM, fasilitas, dan teknologi di BSI KC Bogor Pajajaran diintegrasikan untuk mendukung aktivitas penawaran produk dan layanan kepada pelanggan. Mitra strategis seperti Talita Tour and Travel turut berperan dalam mendukung operasional bank. Biaya operasional mencakup pembiayaan dan pengelolaan kas kecil dari pusat untuk memastikan keberlangsungan operasional bank.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Aziz, I. A., Nurwahidin, N., & Ch, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1).
- Bungin, B. (2015). *Analisis Data Penelitian Kuantitatif*. Rajawali Press.
- D, L. (2020). Eksistensi Pendidikan di Era Revolusi 4.0. *Jurnal Teknomgi Industri Dan Rekayasa (JTIR)*, 1(1), 43–48.
- Ferrel, O. C., & Hartline, M. D. (2019). *Marketing Strategi: Text and Cases* (6th ed.).
- Karim, A. (2006). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Bank Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2002). *Manajemen Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2006). *Manajemen Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Khairunisa, A. (2021). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sukabumi*. Universitas Muhammadiyah Jakarta .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (n.d.). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*.
- Machmud. Amir, & Rukmana. (2010). *Bank Syariah: Teori, kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Erlangga.
- Muhammad. (n.d.). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mujahidin, A. (2016). *Hukum Perbankan Syariah*. PT Raja Grafindo Persada.
- Mustofa, I. (2018). *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Rajawali Press.
- Nazir. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Nurfaida, I. (2021). *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah (Studi PT. Bank Muamalat KCP Palopo)*. Institut Agama Islam Negeri Palopo .
- Qardhawi, Y. (2001). *Fawaid Al Bunuk Hiya Ar - Riba Al Haram: Bunga Bank Haram* (S. Budi Utomo, D. Ash Shahwah, & D. Al Wafa (eds.)). Akbar Media Eka Sarana.
- Ramadhani, S. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada BSI (Studi Kasus BSI KCP Kisaran Pada Masyarakat Desa Sei Kamah II)*. UIN SYAHADA .
- Ritonga, I., Purwati, E., Sunan Ampel Surabaya, U., Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi, I., Kunci, K., Pemasaran, S., Syariah, M., & Syariah, B. (n.d.). STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PENSIUN. In *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* (Vol. 2020).
- Rododi, A. (2008). *Lembaga Keuangan Syariah*. Zikrul Hakim.
- Sri Rahayu, R. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri*. UIN Ar - Raniry Banda Aceh
- Yukissa. Kaffy Chaula. (2021). *Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Amanah Ditinjau dari Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) .
- Yuliadi, I. (2007). *Ekonomi Islam: Filosofi, Teori dan Implementasi*. Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam.