

**INOVASI DAN DIFERENSIASI : STRATEGI BANK JATIM KCP BABAT DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI PERBANKAN****Erviana Indah Permatasari, Frida Fanani Rohma**

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

Email: ervianaindahpermatasari@gmail.com

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi yang diterapkan Bank Jatim KCP Babat dalam memenangkan pasar industri perbankan ditengah banyaknya industri perbankan lain disekitarnya. Ada beberapa strategi yang digunakan dalam menghadapi persaingan tersebut diantaranya : meningkatkan pelayanan, memberikan sarana dan prasarana yang lengkap dan nyaman, saat memasarkan produknya menggunakan strategi terjun langsung ke lapangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif dengan sumber data diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan informan dari pihak pegawai Bank Jatim KCP Babat. Selain itu, sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur jurnal, artikel penelitian, dan kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang diterapkan bank Jatim KCP Babat antara Inovasi dan pelayanan meliputi penyediaan produk dari tabungan hingga pembiayaan sesuai dengan kebutuhan nasabah, layanan yang andal dengan memberikan solusi terbaik dari masalah keuangan nasabah, Serta menghindari masalah dengan nasabah karena memberikan pelayanan sesuai SOP. Kedua, inovasi teknologi. Ketiga marketing memasarkan produknya menggunakan strategi terjun langsung ke lapangan yang dilaksanakan guna menjalin hubungan erat dengan nasabah. Strategi Bank Jatim KCP Babat dalam menghadapi persaingan industri perbankan adalah lebih kepada meningkatkan kualitas serta pelayanan yang ada di Bank Jatim KCP Babat karena kepuasan nasabah juga menjadi salah satu aspek strategis untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di pasar dan masyarakat luas. Sehingga kualitas layanan pelanggan menjadi isu yang sangat penting. Karena pelayanan tidak sebatas melayani, melainkan dapat memahami, mengerti serta merasakan.

**Kata kunci:** Bank Jatim, Strategi, Inovasi, Persaingan perbankan**Abstract**

*The purpose of this study is to determine the strategy applied by Bank Jatim KCP Babat in winning the banking industry market amid many other banking industries around it. There are several strategies used in dealing with the competition including: improving services, providing complete and comfortable facilities and infrastructure, when marketing their products using a strategy of going directly into the field. The method used in this study uses a qualitative descriptive analysis approach with data sources obtained from observation,*

<b>How to cite:</b>	Erviana Indah Permatasari, Frida Fanani Rohma (2024) Inovasi dan Diferensiasi : Strategi Bank Jatim KCP Babat dalam Menghadapi Persaingan industri perbankan, (06) 06, <a href="https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227">https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227</a>
<b>E-ISSN:</b>	<a href="#">2684-883X</a>
<b>Published by:</b>	<a href="#">Ridwan Institute</a>

*interviews, and documentation. In-depth interviews were conducted with informants from the employees of Bank Jatim KCP tripe. In addition, secondary data sources in this study were obtained from journal literature studies, research articles, and literature related to this study. The results showed that the strategy applied by Bank Jatim KCP is different between innovation and service including the provision of products from savings to financing according to customer needs, reliable service by providing the best solution to customer financial problems, and avoiding problems with customers because they provide services according to SOP. Third, marketing markets its products using a direct field strategy that is carried out to establish close relationships with customers. The strategy of Bank Jatim KCP tripe in facing the competition of the banking industry is more to improve the quality and service at Bank Jatim KCP tripe because customer satisfaction is also one of the strategic aspects to win the competition and maintain the company's image in the market and the wider community. So that the quality of customer service becomes a very important issue. Because service is not limited to serving, but can understand, understand and feel.*

**Keywords:** *Bank Jatim, Strategy, Innovation, Banking competition*

## **PENDAHULUAN**

Seiring berkembangnya berbagai lembaga perbankan, Maka persaingan antar perusahaan atau perbankan tidak dapat dihindari lagi. Maka dari itu untuk menghadapi persaingan tersebut dalam sebuah perusahaan memerlukan suatu proses pemahanan terhadap situasi internal suatu perusahaan dan lingkungan eksternal dimana perusahaan bersaing (Syah, Fasa, & Suharto, 2021). Dari pemahaman tersebut, kemudian sebuah perusahaan menentukan arah tentang strategi apa yang harus dilakukan dimasa sekarang dan masa yang akan datang (Kurniawan, Rahayu, & Wibowo, 2021).

Fenomena persaingan disektor perbankan sangat ketat. Strategi bisnis yang efektif diperlukan untuk memenangkan persaingan dalam lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan kompleks (Syamsuriadi, 2019) .Untuk memenangkan persaingan, sebuah perusahaan harus menggunakan Strategi yang handal, akurat dan tepat. Karena persaingan semakin ketat antara pesaing bisnis untuk menguasai pasar mereka harus mempertimbangkan kebutuhan pelanggan dan Memberikan pelayanan yang Memuaskan . Pengembangan strategi perlu dilakukan untuk perbaikan dalam sistem perbankan. Jika tidak dilakukan, dikhawatirkan akan menurunkan loyalitas nasabah dan tentunya berdampak pada perlambatan Pertumbuhan Ekonomi, Oleh karena itu, Bank Jatim KCP Babat harus mampu dalam mengambil kebijakan dengan peningkatan persaingan, Berkolaborasi, dan terus berinovasi. Apabila tidak melakukan berbagai inovasi dikhawatirkan bank jatim kcp babat tertinggal jauh dibandingkan dengan perbankan lain (Rahmawati, 2022).

Bank Jatim mempunyai satu Kantor Pusat dan satu kantor cabang utama. Dan juga mempunyai 48 kantor cabang, 172 Kantor Cabang Pembantu, 209 kantor Kas, dan 777 Mesin ATM yang tersebar diseluruh wilayah jawa timur, dan mempunyai beberapa kantor cabang pembantu yang salah satunya berada dikabupaten lamongan yaitu Bank Jatim KCP babat. Setiap kantor Memili Produk dan juga layanan yang sama, Tetapi setiap kantor menggunakan Strategi yang berbeda untuk Menang di pasar.

Bank Jatim KCP Babat adalah salah satu perbankan yang bergerak disektor keuangan, Khususnya dalam penyediaan layanan perbankan seperti pembukaan rekening, setoran atau

penarikan tunai, pengkreditan, Layanan esamsat, dan layanan keuangan lainnya. Disisi lain, ada banyak bank dengan jenis bisnis yang sama, Seperti Bank daerah, Bank Mandiri, Bank BCA, dan Bank Pengkreditan Rakyat. Dengan lokasi bank yang berdekatan, Persaingan antara lembaga keuangan konvensional maupun syariah pasti akan meningkat. Ini artinya bahwa setiap bank harus berusaha keras untuk mempromosikan barang dan jasanya untuk menarik pelanggan dan memasukan dana kedalam perusahaan tersebut. Oleh karena itu, bank jatim harus menggunakan strategi yang tepat dalam persaingan ini dengan mengejar calon pelanggan daripada menunggu pelanggan baru. guna untuk mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah dan calon nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan (Suryati, 2015), Sehingga mereka akan menjadi loyal pada bank jatim KCP Babat. Permasalahannya adalah apakah strategi yang digunakan Bank jatim KCP babat sudah tepat, dan sejauh mana strategi yang digunakan untuk menghadapi persaingan bisnis tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Strategi apa yang digunakan bank jatim KCP babat dalam Menghadapi Persaingan industri perbankan, untuk Memenuhi kebutuhan nasabah baik dari segi produk penggalangan dana maupun produk yang lain (Hasibuan, 2018). Oleh karena itu, bank jatim kcp babat harus mampu mengambil kebijakan dengan memperkuat persaingan, dan mampu bermitra serta terus berinovasi. Jika tidak melakukan berbagai inovasi dikhawatirkan bank jatim kcp babat tertinggal jauh dibandingkan dengan perbankan lain Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Bank Jatim, Salah satu pemain utama dalam industri perbankan, Mengadopsi Strategi inovasi untuk menghadapi tantangan persaingan syang dihadapi industri perbankan saat ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan Menggunakan Pendekatan Deskriptif Kualitatif karena tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan atau menggambarkan sebuah fenomena yang ada dengan melihat karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antar fenomena terkait fokus permasalahannya (Yuliani, 2018).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan semi terbuka dengan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan dengan terstruktur. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati aktivitas pegawai dan nasabah, serta mengamati lingkungan dan suasana kantor Bank Jatim KCP babat. Peneliti juga mengamati bagaimana pelayanan dari pegawai Bank Jatim KCP babat kepada nasabah. Selain itu, peneliti juga mengamati bagaimana cara pegawai menawarkan produk kepada nasabah dan juga bagaimana cara Bank jatim KCP babat melakukan pendekatan kepada nasabah (Anggito & Setiawan, 2018). Sedangkan dokumentasi dalam penelitian ini berupa gambar informan dan gambar observasi suasana kantor termasuk pelayanan yang diberikan hingga cara pegawai Bank jatim KCP babat menawarkan produk kepada nasabah. Sementara itu, sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur jurnal, artikel penelitian, dan kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

Setelah data penelitian terkumpul,peneliti menganalisis data dengan tahap mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang dianggap penting dan disusun secara sistematis guna mempermudah penarikan Kesimpulan (Sugiono, 2019). Dalam penerapannya, data yang diperoleh di

lapangan kemudian diklasifikasikan berdasarkan indikator. Adapun penyajian data, dilakukan setelah adanya pengelompokan data dimana data disajikan dalam bentuk deskriptif naratif berdasarkan kerangka teori yang telah dijabarkan sebelumnya. Selanjutnya, peneliti menarik kesimpulan dari bentuk narasi data dan menjadi jawaban dari permasalahan yakni Strategi Bank Jatim KCP babat dalam Menghadapi Persaingan di Industri Perbankan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Persaingan merupakan suatu proses dimana individu atau kelompok yang berusaha untuk mencapai suatu tujuan dengan cara lebih cepat dengan persaingan yang sehat dan tidak menghancurkan Pesaing Lainnya (Junianto, 2017). Terdapat beberapa bank yang ada dikecamatan babat yang bersaing dengan Bank Jatim KCP babat diantaranya Bank daerah, Bank Mandiri, Bank BCA, dan bank pengkreditan Rakyat, dan juga bank konvensional yang lainnya.

Strategi yang diterapkan oleh Bank Jatim KCP babat adalah fokus pada peningkatan layanan demi memastikan kepuasan nasabah. Dari hasil wawancara yang dilakukan memperoleh hasil : “Dalam persaingan dengan bank lain, bank jatim kcp babat menekankan pentingnya memberikan pelayanan yang profesional dengan memberikan informasi yang diperlukan oleh nasabah, dan selalu menerapkan senyum salam dan sapa. Selain itu juga memberikan pelayanan yang akurat, cepat dan tepat”. Untuk tetap relevan dan berkembang bank jatim KCP babat telah mengadopsi pendekatan inovatif dalam strategi bisnisnya meliputi.

### **Inovasi Produk dan Pelayanan**

Bank Jatim KCP babat dalam Penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, layanan yang andal, keuntungan bisnis yang Kompetitif, dan mengantisipasi masalah dengan nasabah. Dalam Penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, Bank jatim KCP babat menyediakan beraneka macam produk. Beberapa produk yang biasanya ditawarkan bank jatim KCP babat meliputi Tabungan, Deposito, Pinjaman, Kredit, Asuransi, Layanan Esamsat, dan layanan perbankan digital seperti internet banking dan mobile banking.

Dalam pelayanannya bank jatim KCP babat menyediakan layanan yang handal untuk nasabahnya. Apabila nasabah Mengalami sebuah kesulitan, Customer Service berusaha mencari solusi guna untuk menyelesaikan masalah nasabah tersebut. Meskipun Bank Jatim KCP Babat hanya memiliki dua customer service dengan pelanggan nasabah yang banyak, Customer service berusaha semaksimal mungkin untuk mempercepat proses transaksi untuk mempersingkat waktu. Bank Jatim KCP Babat berusaha sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk alasan ini, pelayanan kepada pelanggan harus sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan. SOP termasuk berpenampilan rapi dan menarik, bersikap ramah sepanjang waktu, dan melayani kebutuhan keuangan pelanggan dengan responsif.

Dalam memasarkan produk diperlukan adanya pemuasan dan pelayanan yang tepat, sehingga dalam operasionalnya dalam melayani masyarakat selalu berkembang dan bertahan dalam persaingan dengan lembaga keuangan lainnya (Shintia, 2023). Pelayanan yang tepat diperlukan agar pasar yang terdiri dari nasabah dan calon nasabah yang merupakan asset

akan tertarik pada Bank Jatim KCP babat dan juga sebagai motivasi bagi perbankan untuk selalu mengembangkan dan meningkatkan kinerja dan operasional pada masa kini dan akan datang. Karena kepuasan pelayanan sangat menentukan keberhasilan bisnis dalam dunia perbankan (Herning & Sholahudin, 2024). Dengan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah maka nasabah bisa meningkatkan penggunaan berbagai produk yang ditawarkan oleh Bank Jatim KCP babat. Selain meningkatkan nasabah, juga perlu untuk mempertahankan nasabah yang lama. Karena tanpa loyalitas dari nasabah lama, bank tidak mungkin bisa berkembang pesat. Maka dari itu kualitas pelayanan Jatim KCP Babat harus terus ditingkatkan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dengan menjalankan Operasionalnya secara optimal, sebuah perusahaan dapat dengan mudah melakukan pendekatan kepada nasabah sehingga mereka mampu memenangkan persaingan di industrinya.

### **Inovasi Teknologi**

Dalam dunia bisnis, khususnya perbankan, dikenal sangat dinamis karena kemajuan teknologi. Pada tahun-tahun sebelumnya, bank hanya melakukan promosi tanpa mempertimbangkan teknologi, terutama teknologi informasi. Hal ini bertentangan dengan situasi saat ini, di mana para pelaku perbankan sangat kompetitif. Mereka bersemangat untuk meningkatkan layanan mereka kepada pelanggan yang lebih sadar dan memahami kebutuhan teknologi saat ini (Febriana & Muqorobbin, 2014).

Perubahan pada marketplace dan society menuntut perbankan untuk berubah ke arah digital banking, atau layanan yang ditawarkan dengan dukungan Teknologi Informasi (Bakhri, Asnawi, & Djalaluddin, 2023). PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. terus berinovasi dan berinvestasi dalam teknologi untuk tetap bersaing dalam industri perbankan hingga tahun 2024. Ini bertujuan untuk meningkatkan layanan pelanggan, meningkatkan proses bisnis, dan meningkatkan keamanan IT. Bank Jatim dengan bangga mempersembahkan "JConnect", sebuah branding digital perbankan yang mencerminkan transformasi digital Bank Jatim dengan semangat mengkoneksikan semua kebutuhan dan kemudahan akses layanan perbankan. Ini adalah bukti komitmen Bank Jatim untuk memberikan ketersediaan layanan perbankan, inovasi, dan kemudahan akses bagi nasabah dan masyarakat (Faizun, Bakhri, & Hasanudin, 2023).

Hal ini menunjukkan bahwa adanya strategi yang dibuat oleh industri perbankan, ternyata juga mengharuskan inklusi keuangan melakukan inovasi yang baru. Dengan demikian, inklusi keuangan harus meningkatkan layanan keuangan kontemporer dengan tujuan untuk memperkuat dan mempertahankan peran inklusi keuangan dalam menyediakan layanan modern yang mudah, praktis, dan akurat.

### **Marketing**

Bank Jatim KCP Babat menggunakan strategi pemasaran selanjutnya dalam persaingan. seluruh cabang Bank Jatim dibekali dengan produk yang sama. Namun, hal yang membedakan mereka adalah bagaimana dari pihak marketing memasarkan produknya dalam fokus utamanya dalam menilai kebutuhan masyarakat. Marketing merupakan salah satu pihak yang jasanya sangat penting dan berpengaruh di perbankan. Suatu produk tidak akan terjual apabila tidak bisa meyakinkan nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan. Strategi promosi dapat meningkatkan pemahaman konsumen tentang produk. Seperti yang diketahui, semakin banyak perbankan saat ini bersaing untuk mendapatkan lebih banyak nasabah. Dengan demikian, Bank Jatim KCP Babat harus bekerja lebih keras untuk mencari

nasabah dan memasarkan produknya. Mereka diberi kebebasan wilayah untuk mencari nasabah dan memasarkan produknya.

Pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank Jatim KCP Babat adalah dengan menggunakan strategi terjun lapangan. Karena melihat persaingan perbankan di daerah babat yang cukup tinggi strategi ini bisa dibilang sangat efektif diterapkan ketimbang menunggu nasabah untuk datang ke bank.

Wawancara pihak marketing bank jatim kcp babat mengatakan “Dalam memasarkan produk yang kita lakukan ialah mendatangi langsung nasabah-nasabah yang dianggap potensial untuk diajak bergabung dengan kita. Dengan melakukan pendekatan-pendekatan persuasif dan juga selalu menjaga hubungan baik supaya menimbulkan rasa kepercayaan di dalam diri nasabah terhadap Bank jatim KCP babat ”.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam kepemimpinan produk memegang kunci keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan industri. Perusahaan yang mengoptimalkan kepemimpinan produk mudah untuk menarik pelanggan dengan inovasi produk dan berbagai penawaran yang disediakan, sehingga mereka dapat dengan mudah menjadi pemimpin di pasar industri perbankan.

Hasil dari diskusi tersebut Strategi Bank Jatim KCP babat dalam menghadapi persaingan industri perbankan adalah lebih kepada meningkatkan kualitas serta pelayanan yang ada di Bank Jatim KCP babat karena kepuasan nasabah juga menjadi salah satu aspek strategis untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di pasar dan masyarakat luas. Sehingga kualitas layanan pelanggan menjadi isu yang sangat penting. Karena pelayanan tidak sebatas melayani, melainkan dapat memahami, mengerti serta merasakan. Oleh karena itu, layanan bertujuan untuk berbagi hati pada pelanggan. Kemudian dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk, dan hal ini akan berdampak positif bagi citra perusahaan. Dan juga strategi pemasaran dengan yang bersifat terjun langsung kelapangan bertemu langsung dengan nasabah, dan juga membangun hubungan baik dengan lembaga dan pengusaha. Karena strategi ini dirasa efektif

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian Strategi menjadi hal terpenting dalam sebuah perusahaan untuk menjadi pemimpin pasar di tengah banyaknya pesaing saat ini. Begitu pula dengan bank jatim kcp babat yang juga memerlukan strategi dalam setiap kegiatan untuk menarik nasabah dan memenangkan pasar industri perbankan. Dalam penelitian ini, strategi – strategi yang dijalankan Bank jatim KCP babat dalam menghadapi persaingan perbankan adalah lebih kepada meningkatkan pelayanan, memberikan sarana dan prasarana yang lengkap dan nyaman, saat memasarkan produknya menggunakan strategi terjun langsung ke lapangan.

Dalam Operasional yang dijalankan Bank jatim KCP babat meliputi penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah baik produk Tabungan, Deposito, Pinjaman, Kredit, Asuransi, Layanan Esamsat, dan layanan perbankan digital seperti internet banking dan mobile banking. Selain itu dalam penyediaan layanan yang andal, Bank jatim KCP Babat berusaha dengan maksimal untuk membantu masalah keuangan nasabah dengan memberikan solusi yang terbaik. Sedangkan dalam mengantisipasi masalah dengan nasabah, Bank jatim KCP babat menjalankan kegiatan operasional sesuai dengan SOP

(Standar Operasional Prosedur) yang telah ditetapkan perusahaan sehingga dapat meminimalisir masalah dengan nasabah. dalam bagian marketing, cara menawarkan produk kepada calon nasabah terlebih dahulu harus mengenali dan kemudian menawarkan berbagai produk. Setelahnya, menjalin komunikasi intens dengan calon nasabah dan menjelaskan keunggulan satu produk yang diminati dari komunikasi intens tersebut. Besar kemungkinan calon nasabah tertarik dengan produk yang telah ditawarkan dan menjadi nasabah baru bank jatim KCP babat

## BIBLIOGRAFI

- Anggito, Albi, & Setiawan, Johan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Bakhri, Saiful, Asnawi, Nur, & Djalaluddin, Ahmad. (2023). The Use of Information Technology System for Risk Control at a Sharia Cooperative. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(1), 48–59.
- Faizun, Dikril, Bakhri, Saiful, & Hasanudin, Sultan. (2023). The Strategies To Improve Service Quality Through Digitalization Of Jconnect Mobile Banking At Bpd East Java: Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Mobile Banking Jconnect Pada Bpd Jawa TimuR. *Cashless: Journal of Sharia Finance and Banking*, 1(2), 61–77.
- Febriana, Asri, & Muqorobbin, Masyhudi. (2014). Investasi asing langsung di Indonesia dan faktor faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 15(2), 109–117.
- Hasibuan, Abdul Nasser. (2018). Strategi Pemasaran Produk Funding DI PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan. *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 2(1).
- Herning, Belda Kumaratih Kusuma, & Sholahudin, Muhammad. (2024). The Effect of Relational Marketing on Customer Loyalty Through Satisfaction and Trust of Islamic Bank Savings Customers in Klaten City. *Journal of Applied Business Administration*, 8(1), 154–169.
- Junianto, A. Risang. (2017). *Strategi Bank Syariah Mandiri Kc Bandar Jaya dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*. IAIN Metro.
- Kurniawan, Agus, Rahayu, Agus, & Wibowo, Lili Adi. (2021). Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 10(2), 158–181.
- Rahmawati, Sulis. (2022). *Pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi: Studi kasus pada mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Malang 2020 dan 2021*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Shintia, Regina. (2023). *Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Sempel Pada Bank Lampung Cabang Bandar Jaya*. Universitas Muhammadiyah Metro.
- Sugiono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Syah, Ricki Febrian, Fasa, Muhammad Iqbal, & Suharto, Suharto. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 62–72. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>
- Syamsuriadi, Syamsuriadi. (2019). Lingkungan dan manajemen perubahan dalam organisasi. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(1), 816–834.

Erviana Indah Permatasari, Frida Fanani Rohma

Yuliani, Wiwin. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *Quanta*, 2(2), 83–91.

---

**Copyright holder:**

Erviana Indah Permatasari, Frida Fanani Rohma (2024)

**First publication right:**

[Syntax Idea](#)

**This article is licensed under:**

