**BAB IV**

1. **PEMBAHASAN PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (simple) DI BANK BRI SYARIAH KC MEDAN**

 Bank adalah suatu badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat berupa simpanan dan pengeluarannya berupa pembiayaan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dengan tujuan meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank BRI Sayriah KC MedanSumatra Utara, dengan beragam produk pendanaan dan pembiayaan.Salah satunya yaitu produk tabungan simpanan pelajar (simple) Ib.

 Bagi dunia perbankan yang berorientasi pada profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan merupakan suatu keharusan untuk dijalankan.Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat dipenuhi demi tercapainya profit perusahaan. Jika sebuah bank ingin mendapatkan profit yang besar maka bank harus mendapatkan banyak nasbah walaupun hanya nasabah tabungan.

 Berdasarkan ketentuan dalam undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan maupun perubahannya:

 “Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan. Tabungan simpanan pelajar adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.”

 Jadi, apabila sebuah lembaga Pendidikan ingin bekerjasama dengan produk tabungan simpanan pelajar di Bank BRI Syariah KC Medan harus menandatangani MOU dengan Bank BRI Syariah KC Medan.

 Tata cara yang dilakukan lembaga Pendidikan apabila ingin menjadi nasabah tabungan simpanan pelajar (simpel) di Bank BRI Sayriah KC Medan sebagai berikut:

1. Melaksanakan MOU/kerjasama dengan pihak bank.
2. Mengisi aplikasi pembukaan rekening tbungan simpanan peljar (simpel).
3. Daftar siswa/siswi yang ingin membuka rekening tabungan simpanan pelajar (simpel).
4. Menyerahkan fotocopy KTP salah satu orangtua/wali murid, fotocopy akte kelahiran dan fotocopy kartu keluarga.
5. Pembukaan rekening tabungan simpanan pelajar (simpel) minimal Rp 1.000,-

 Strategi pemasaran yang dilakukan Bank BRI Syariah KC Medan untuk mendapatkan nasabah produk simpanan pelajar (simpel) denan bersosialisasi ke sekolah-sekolah negeri maupun swasta dan open table serta menawarkan produk sistem pendebetan SPP secara gratis. Strategi pemasaran itu juga didukung dengan:

1. **Strategi Lokasi dan Layout**

 Yang dimaksud dengan strategi lokasi bank adalah tempat di mana diperjualbelikan produk cabang bank san pusat pengendalian perbankan. Dalam prakteknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi-lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

 Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis akan memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Disamping lokasi strategis, hal yang mendukung lokasi tersebut adalah layout gedung dan layout ruangan bank itu sendiri. Penetapan layout bank yang baik dan enar akan menambah kenyamanan nasbah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya, lokasi dan layout merupakan dua yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu panduan yang serasi dan sepadan.

 Kemudian setelah loksi diperoleh, maka langkah selanjutnya adlaah menentukan layout gedung dan kantor. Usahakan layout ruangan senyaman mungkin untuk memberikan kesan nyaman diahti nasabah.

1. **Strategi promosi bank**

 Untuk dapat memberitahukan nasabah tentang produk bank adalah melalui sarana promosi.Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir.Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik lansgung maupun tidak lansgung.

 Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah mengenal bank.Oleh karena itu, promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

 Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat dilakukan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya.Pertama, promosi melalui iklan (*adversiting*), kedua, mealui promosi penjualan (*sales promotion*), ketiga, publisitas (*publicity*), dan keempat adlah promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).

Promosi melalui iklan (*adversiting*) adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank.Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing.Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya.[[1]](#footnote-2)

 Bank BRI Syariah KC Medan juga mempromosikan produknya dengan memasang banner di masjid, contohnya di Medan Bank BRI Syariah KC Medan memperkenalkan produk KPR, mengadakan *opentable* di plaza.

 Sedangkan, promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampe produk. Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan 3 manfaat bagi promosi penjualan, yaitu:

1. Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik perhatian nasabah untuk membeli.
2. Insentif, yaitu memberikan dorongan atau semangat kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
3. Invitasi mengharapkan nasabah segera merealisasi pembelian.

 Publisitas (*publicity*) merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasbah melalui kegiatan seperti pameran, bakti social, serta kegiatan lainnya.Kegiatan piblisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya.Oleh akrena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi.Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan kegiatan ini, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasbah. Kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui: pameran, kegiatan amal, bakti social, sponsorship kegiatan.

 Bank BRI Syariah KC Medan juga memperkenalkan produknya melalui televisi dan surat kabar yang dimaksudkan untuk mengenalkan bank BRI Syariah KC Medan kepada masyarakat luas dan menyaring calon nasabah untuk menggunakan produk-produk bank BRI Syariah KC Medan.

 Penjualan pribadi (*personal selling*) dalam dunia perbankan dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam, sampai pejabat bank.Personal selling juga dilakukam melalui merekrut tenaga-tenaga salesman dan salesgirl untuk melakukan penjualan *door to door*.

 Penjualan personal selling akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu antara lain:

1. Bank langsung dapat bertatap muka dengan nasabahnya atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskn tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
2. Dapat memperoleh informasi lansgung dari nasbah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain.
3. Petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argument yang kita miliki.
4. Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasbah.
5. Petugas bank memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah jika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
6. Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasbah mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi bank.[[2]](#footnote-3)

Produk simpanan pelajar tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

 Produk simpanan pelajar ditujukan pada sekolah-sekolah dasar, negri maupun swasta karena program ini bertujuan untuk bisa meberikan eduaksi bagi anak-anak untuk belajar menabung sejak dini, dan juga mengedukasi tentang produk tabungan simpel (simpanan pelajar) bagi orang tua murid dan sebagai sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru.

 Sejak peluncuran produk simpanan pelajar, Bank BRI Syariah KC Medan mempromosikan produk tersebut dengan strategi memasang spanduk, pamphlet, penyebaran produk dan membuka open table pada suatu egiatan tertentu serta penawaran pada sekolah-sekolah khususnya sekolah swasta.

 Sejak peluncuran produk simpanan pelajar (simpel) perkembangan produk tersebut sampai saat ini khususnya Bank BRI Syariah KC Medan sangat bagus, dari awal diluncurkan nasabahnya semakin banyak. Meningkatnya jumlah nasabah pada produk simpanan pelajar di pengaruhi oleh adanya kesadaran masyarakat yang menginginkan anaknya rajin menabung sejak dini.

 Sejak diluncurkannya produk simpanan pelajar (simpel) khususnya di Bank BRI Syariah KC Medan, dari bulan ke bulan jumlah nasabahnya semakinn meningkat. Meningkatnya jumlah nasabah tabungan pelajar (simpel) dipengaruhi oleh adanya strategi pendekatan dengan sekolah-sekolah diwilayahkotaMedan khususnya.

1. Kasmir , *Pemasaran Bank* ( Jakarta: Kencana, 2004), hal. 155-161 [↑](#footnote-ref-2)
2. *Ibid*, hal.160-161 [↑](#footnote-ref-3)