

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pelayanan *Marketing* Terhadap Nasabah

Banyak terdapat persaingan di dalam dunia Perbankan yang membuat PT. Bank Muamalat untuk lebih inovatif lagi menciptakan produk-produk yang dapat membantu masyarakat. Oleh karena itu sebagai lembaga perekonomian umat yang prinsip-prinsip operasionalnya mengacu pada prinsip Syariah Islam, PT. Bank Muamalat Cabang Jendral Sudirman harus mempunyai strategi yang dapat menarik minat nasabah untuk menabung pada PT. Bank Muamalat khususnya pada Cabang Jendral Sudirman Medan.

Pelayanan *Marketing* atau pemasaran PT. Bank Muamalat sebagian besar dijalankan oleh Staf *Marketing Funding* dan *Marketing Landing*. Berikut adalah tugas masing-masing staf *Marketing*, yaitu:

1. *Marketing Funding*, bertugas mempromosikan produk perbankan berupa Tabungan, Deposito, dan Giro, serta mempertahankan dan mengajak nasabah agar menyimpan uang di Bank tersebut.
2. *Marketing Landing*, bertugas menyalurkan dana atau memberikan pinjaman kepada masyarakat yang dana tersebut berasal dari nasabah penyimpan atau *Funding*.

Ada beberapa kredit yang ditawarkan oleh *Marketing Landing*, yaitu:¹

- a. Kredit Modal Kerja
- b. Kredit Modal Usaha atau Bisnis
- c. Pembiayaan Umrah
- e. Multiguna

¹Malayu Hasibuan, *Dasar - Dasar Perbankan*, hal.145

Berdasarkan hasil wawancara pribadi penulis pada tanggal 15 Februari 2018, jam 16.00 dengan *Relationship Manager Funding* PT. Bank Muamalat Cabang Jendral Sudirman Medan yang bernama Bapak Zulfirmaryah. Wawancara ini dilakukan di Kantor PT. Bank Muamalat Cabang Jendral Sudirman Medan di Jalan Jendral Sudirman No. 25 A, Medan Maimun Sumatera Utara. Beliau menyatakan bahwa: Strategi pelayanan *Marketing* yang digunakan masih sama dengan strategi yang Bank lain gunakan. Tetapi, pada Bank Muamalat lebih mendekati diri kepada nasabah. Misalnya, pegawai *Marketing* langsung mendatangi nasabah dengan maksud menjalin silaturahmi.

Selain itu kami juga melakukan *Sales Call* kepada nasabah dengan tujuan menawarkan produk yang cocok digunakan oleh nasabah tersebut. Untuk lebih mengakrabkan diri dan menarik nasabah, kami juga rutin melakukan kunjungan ke mesjid, sekolah dan perusahaan untuk mencari nasabah baru yang berpotensi untuk menabung di PT. Bank Muamalat Cabang Jendral Sudirman. Kami juga rutin melakukan sosialisasi dan sedekah setiap hari Jum'at setelah Sholat Jum'at, kegiatan tersebut dilakukan di Mesjid yang berbeda setiap minggunya. Sedekah yang kami berikan bisa berupa nasi bungkus, kue, atau uang kepada Mesjid tersebut. Tim *Marketing* dituntut untuk menyebar setiap hari Jum'at untuk mencari Mesjid baru yang akan di kunjungi dan selanjutnya perusahaan yang akan menyetujuinya. Persetujuan dari perusahaan dilakukan secara terbuka pada saat *Breafing* dipagi hari, tidak hanya dengan mayoritas muslim, Bank Muamalat juga melayani mayoritas non muslim seperti HKBP. Strategi ini cukup efektif dalam menarik minat nasabah untuk menabung di Bank Muamalat.²

²Zulfirmaryah, *Relationship Manager Funding*, wawancara pribadi, 15 Februari 2018

Sedangkan menurut Bapak Arif Maulana yang menjabat sebagai *Relationship Manager Funding* lainnya dalam wawancara pribadi penulis pada tanggal 20 Februari 2018, beliau menyatakan bahwa: Strategi pelayanan tim *Marketing* bisa dikatakan sebagai ujung tombaknya kesuksesan dari sebuah perusahaan. Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang memiliki tim *Marketing* yang handal dan kreatif. Bank Muamalat memiliki strategi yang berbeda antara bagian *Marketing Funding* dan *Marketing Lending*, sebagai berikut:

1. Strategi Tim Funding, yaitu:

- a *Marketing* akan melakukan *Sales Call* kepada nasabah untuk di tawarkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan.
- b *Marketing* akan menginformasikan kepada nasabah tentang produk baru yang ada pada PT. Bank Muamalat.
- c Nasabah yang menabung akan dijadikan *Nasabah Priority* tetapi dengan jumlah tabungan minimal Rp.500.000.000., dengan ketentuann Deposito Rp.400.000.000 ditambah dengan Tabungan Rp.100.000.000

Nasabah Priority atau nasabah prioritas itu adalah sebagai bentuk apresiasi pada nasabah yang telah mempercayakan keuangannya dan loyal kepada PT. Bank Muamalat, peraturan *Nasabah Priority* tertulis pada Memo Program yang dibuat oleh PT. Bank Muamalat Indonesia. Keuntungan dari nasabah prioritas adalah, sebagai berikut:

- 1) Gratis layanan *Transfer*
- 2) Mendapat hadiah dari PT. Bank Muamalat ketika hari Ulang Tahun
- 3) Mendapat spesial layanan tanpa harus mengantri lama di cabang-cabang PT.

Bank Muamalat seluruh Indonesia

2. Strategi Tim Landing, yaitu:

- a Nasabah akan ditawarkan perpanjangan pembiayaan.

- b Tim *Marketing* akan melakukan *visit* atau mendatangi nasabah secara langsung guna menjalin silaturahmi yang baik kepada nasabah.³

Informasi yang diberikan Ibu Astria Dwie Astuti yang menjabat sebagai *Landing* dalam wawancara pribadi penulis pada tanggal 21 Februari 2018, beliau menyatakan bahwa: Strategi pelayanan *Marketing* di PT. Bank Muamalat Cabang Jendral Sudirman Medan melakukan beberapa strategi dalam menambah dan mempertahankan nasabahnya. Beberapa strategi yang dilakukan oleh tim adalah:

1. Customer Profile

Daftar nasabah yang sudah menabung di Bank Muamalat yang didalamnya berisi profil nasabah, tempat dan tanggal lahir nasabah, total saldo nasabah, produk-produk yang sudah dimiliki oleh nasabah, pekerjaan nasabah, dan penghasilan nasabah. Selanjutnya tim *Marketing* akan mengelompokkan nasabah tersebut sesuai dengan produk yang cocok dimiliki oleh nasabah, dan selanjutnya akan ditawarkan produk yang sesuai dengan cara menghubungi nasabah atau *Sales Call*.

2. Canvasing

Mencari nasabah dengan cara *door to door* atau dengan kata lain dengan mencari nasabah dari satu tempat ketempat lain.

3. Referall

Tim *Marketing* mendapatkan nasabah baru dengan bantuan nasabah sebelumnya dengan cara nasabah mereferensikan orang lain yang memiliki kebutuhan dan bisa ditawarkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhannya.⁴

B. Kendala Yang Dihadapi Dan Solusi Dalam Pelayanan *Marketing* Terhadap Nasabah

³Arif Maulana, *Relationship Manager Funding*, wawancara pribadi, 20 Februari 2018

⁴Astria Dwie Astuti, *Landing*, wawancara pribadi, 21 Februari 2018

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan penulis di PT. Bank Muamalat Cabang Jendral Sudirman Medan dalam proses pelayanan *Marketing* dapat disimpulkan bahwa tidak banyak terdapat kendala dalam pelayanan *Marketing* pada PT. Bank Muamalat. Tetapi tetap ada beberapa kendala yang masih ada didalam pelayanannya, misalnya:

1. Proses pengajuan pembiayaan yang masih lambat

Seperti persetujuan pembiayaan dari pihak Perusahaan, pengumpulan data nasabah, dan lainnya.

2. Jaringan PT. Bank Muamalat yang mungkin masih belum maksimal.

Seperti yang diketahui bahwa jaringan PT. Bank Muamalat atau mesin ATM Bank Muamalat yang masih kurang menyebar ke seluruh wilayah Indonesia. Keterbatasan Jaringan Bank Muamalat menyebabkan berbagai kendala dalam pelayanan terhadap nasabah.

3. Proses transaksi yang masih lambat.

Akibat dari keterbatasan jaringan juga mengakibatkan proses transaksi yang melambat. Kurangnya mesin ATM dan kantor cabang di daerah juga salah satu yang menjadi alasan lambatnya transaksi ⁵

Adapun solusi untuk meningkatkan kinerja PT. Bank Muamalat, adalah:

1. Menambah jaringan seperti mesin ATM atau Kantor Cabang di daerah-daerah terpencil sekalipun
2. Memperkuat sistem dan layanan Bank Muamalat
3. Memperkuat fitur *e-channel* seperti *Mobile Banking*⁶

⁵Adly Adriansyah, *Customer Service*, wawancara pribadi, 20 Februari 2018

