

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi pemasaran Produk Tabungan Impian iB Umroh di Bank BRI Syariah KCP Rantauprapat.

Strategi pemasaran diperlukan pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti BRI Syariah, di mana lembaga ini selain berorientasi pada fungsi profit, lembaga ini juga mempunyai kapasitas sebagai lembaga yang berorientasi pada fungsi sosial. Pada lembaga keuangan syariah seperti Bank BRI Syariah, disadari perlunya bersaing pada pemasaran produk-produk dan jasa bank. Salah satu produk yang diperkenalkan Bank BRI Syariah adalah Produk Tabungan Impian iB Umroh. Produk ini merupakan produk yang diperuntunkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan impiannya seperti Umroh, sehingga keinginannya terpenuhi.

Dari hasil interview yang dilakukan kepada *Customer Service* Bank BRI Syariah KCP Rantauprapat Kak Indah: produk tabungan impian iB umroh adalah salah satu produk unggulan Bank BRI Syariah, tingkat pertumbuhan nasabah produk tabungan impian iB umroh, hal ini membuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah produk tabungan impian iB umroh.

Strategi khusus yang digunakan adalah menawarkan keperusahaan-perusahaan, pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak. Segmen pasar yang dibidik oleh bank BRI Syariah KCP Rantauprapat daerah/wilayah meliputi: Kota Rantauprapat, Labura dan Labusel. Target pasar produk tabungan impian iB umroh dilihat dari pekerjaan mulai dari pegawai negeri, swasta, wiraswasta dan dari semua berbagai jenis pekerjaan. Sedangkan target pasar dilihat dari segi usia

mulai dari anak-anak yang sudah memiliki akte kelahiran sampai dengan usia yang tidak dibatasi.

Dalam pemasaran produk, marketing sudah dibekali training/pendidikan marketing diantaranya adalah sebagai strategi pemasaran produk yaitu marketing diajari bagaimana cara memasarkan suatu produk agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya, kemudian tentang materi produk yaitu pemahaman produk agar marketing lebih mengetahui segala sesuatu tentang produk-produk yang ada di Bank BRI Syariah. Di lain hal marketing Bank BRI Syariah KCP Rantauprapat juga dibebani target dalam mendapatkan nasabah produk tabungan impian iB umroh. Untuk kendala dalam pemasaran selama ini tidak ada kendala target tercapai. Meskipun menggunakan produk *Mudharabah Mutlaqah* (yaitu akad bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang mencakupnya sangat luas dan tidak dibatasi oleh jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis).¹

Untuk melakukan kegiatan pemasaran, Bank BRI Syariah mempunyai strategi pemasaran tersendiri yaitu sebagai berikut:

1. Strategi produk

Fenomena para nasabah Indonesia khususnya Kota Rantauprapat pasti banyak impian-impian yang belum tergapai seperti Umroh, Kurban, Pendidikan dan lain-lain.

Hal ini kemudian ditangkap sebagai peluang oleh Bank BRI Syariah KCP Rantauprapat yang kemudian menciptakan tabungan impian dengan menerapkan akad *Mudharabah Mutlaqah* (yaitu akad bentuk kerja sama antara *shahibul maal*

¹ Wawancara dengan Kak Indah pada tanggal 22 Januari 2018 di Kcp Bri Syariah Rantauprapat

dan *mudharib* yang mencakupnya sangat luas dan tidak dibatasi oleh jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis).

Tabungan impian BRI Syariah iB merupakan tabungan berjangka dari BRI Syariah dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah dengan terencana salah satunya seperti umroh. Dalam mengembangkan produknya Bank BRI Syariah melakukan beberapa hal yaitu: Bank BRI Syariah menciptakan branding Impian-impian para nasabah, dengan mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut:

- a. Mudah diingat, Bank BRI Syariah memberi nama produknya singkat dan jelas agar nasabah mudah mengingat nama produk-produk tersebut. Seperti produk tabungan impian iB, pada produk terdapat kata Umroh, Pendidikan, Kurban dan lain-lain. Sehingga masyarakat mudah mengingat dan mengetahui produk tabungan impian itu ditujukan untuk memenuhi impian-impian nasabah dimasa mendatang.
- b. Terkesan modern, BRI Syariah Indonesia dalam menciptakan merek memiliki arti yang bermanfaat bagi nasabahnya. Dalam menciptakan merek dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam hal penamaan produk. Dalam produk tabungan impian iB terdapat kata “iB” atau “Islamic Banking” yang terkesan modern karena perkembangan ekonomi islam pada saat ini.
- c. Memiliki arti positif, Bank BRI Syariah menciptakan merek memiliki arti yang bermanfaat bagi nasabahnya. Dalam produk tabungan impian yang

dijalankan menurut prinsip syariah dan tentu bebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin para nasabah.

2. Strategi harga

Dalam hal harga produk tabungan impian iB umroh di Bank BRI Syariah dibandingkan dengan bank syariah lainnya contohnya Bank Mandiri Syariah juga menghadirkan produk tabungan berencana, kegunaan produk tersebut sama seperti produk tabungan impian yang ada di BRI Syariah. Harga yang ditawarkan Bank BRI Syariah lebih rendah dari Bank Syariah Mandiri, dimana harga yang ditawarkan Bank BRI Syariah sebesar Rp. 50.000 untuk setoran minimal, sedangkan untuk Bank Syariah Mandiri setoran awal minimal. Sedangkan untuk Bank Syariah Mandiri setoran awal minimalnya 100.000.² Maka tak heran jika dalam pemasaran produk ini dilihat dari segi harga lebih unggul sehingga menarik perhatian masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan impian tersebut, karena hanya dengan biaya Rp. 50.000 masyarakat dapat membuka rekening tabungan impian di BRI Syariah Indonesia.

3. Strategi tempat

Kegiatan fungsional Bank BRI Syariah KCP Rantauprapat berada di JL. Ahmad Yani No. 235 di samping SPBU Rantauprapat. Lokasi ini dinilai strategis dengan pusat kota. Dalam upaya bank melayani nasabah tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran informasi dapat mengakibatkan bank kehilangan waktu dan kualitas jasa serta diambilnya kesempatan oleh para pesaing. Oleh karena itu, Bank BRI Syariah KCP Rantauprapat menggunakan

² <http://www.cermati.com>, tanggal 06 Februari 2018, 10:26

sistem jemput bola yaitu petugas langsung mendatangi nasabah dirumah-rumah atau dijemput mereka berusaha. Karena petugas lebih leluasa dalam menjelaskan dan memasarkan produk Bank BRI Syariah kepada calon nasabah.

4. Strategi promosi

Salah satu tujuan promosi Bank BRI Syariah adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Berikut ini strategi promosi yang digunakan Bank BRI Syariah Indonesia dalam mempromosikan produk tabungan impian:

- a. Memperluas jaringan dari satu nasabah kemudian menawarkan pada pasangan, keluarga dan teman nasabah melalui telepon atau langsung datang kerumah.
- b. Dengan brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui adanya lembaga keuangan syariah, produk maupun jasa layanannya, khususnya produk tabungan impian.
- c. Dengan *website* www.BRISyariah.co.id, informasi tentang BRI Syariah dengan produk maupun jasa layanannya khususnya produk tabungan impian pada bank BRI Syariah dapat diketahui masyarakat luas.

B. Hasil analisis Swot Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian iB Umroh di Bank Bri Syariah Kcp Rantauprapat

Hasil analisis yang diperoleh dalam Analisis Swot Strategi Produk Tabungan Impian iB Umroh di Bank BRI Syariah KCP Rantauprapat berdasarkan Swot dalam strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi yaitu berikut penjelasannya:

1. Strategi Produk

a. Kekuatan yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Produk, yaitu:

Produknya mudah diingat, BRI Syariah memberi nama produknya yang singkat dan jelas agar nasabah mudah mengingat dari produk tabungan impian iB umroh. Dalam strategi produk BRI Syariah menciptakan merk yang memiliki arti bermanfaat bagi nasabahnya.

b. Kelemahan yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Produk, yaitu:

Dalam strategi produk tabungan impian iB umroh, produk tabungan ini tidak dapat diambil sewaktu-waktu karena tabungan impian merupakan tabungan yang berjangka. Kurangnya peminat di Produk Tabungan Impian iB Umroh, lebih banyaknya peminat di Tabungan Faedah dan Haji.

Jumlah nasabah pada tahun 2016 yang membuka Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Rantauprapat.

Nama	Jumlah Nasabah Pada Tahun 2016
Faedah	2.143
Haji	3.447
Impian	530

Dari tabel di atas dapat dilihat kurangnya peminat Produk Tabungan Impian iB Umroh dibandingkan Tabungan Faedah dan Tabungan Haji.

c. Peluang yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Produk, yaitu:

Peluang yang diambil BRI dalam Strategi Produk ialah dengan cara menawarkan melalui door to door, dengan strategi ini maka akan banyak nasabah yang ingin membuka tabungan impian iB umroh. Peluang yang

diambil BRI dalam Strategi Produk ialah dengan cara menawarkannya kepada umat muslim baik bapak-bapak/ibu-ibu maupun anak remaja yang ingin melakukan umroh.

d. Ancaman yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Produk, yaitu:

Kurangnya antusias masyarakat, pola pikir masyarakat yang masih kolot ingin menabung hanya dapat diambil sewaktu-waktu mereka butuh. Persaingan antar produk semakin ketat, antar bank dengan bank yang lain.

2. Strategi Harga

a. Kekuatan yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Harga, yaitu:

Ringannya setoran awal ataupun setoran rutin bulanan minimum Rp. 50.000 dibandingkan bank-bank lain. Gratis biaya administrasi tabungan, biaya *autodebet* setoran rutin dan premi asuransi jiwa serta secara otomatis juga dilindungi oleh asuransi.

b. Kelemahan yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Harga, yaitu:

Jika nasabah mengambil tabungannya sebelum jangka waktu yang ditentukan maka akan dikenakan biaya finalty. Besarnya biaya finalty di Bank BRI Syariah dibandingkan bank-bank lain.

c. Peluang yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Harga, yaitu:

Tingginya populasi penduduk beragama Islam di Kota Rantauprapat, dan banyaknya peminat yang ingin melakukan ibadah umroh. Dan lebih percayanya masyarakat untuk membuka tabungan impian iB umroh di BRI Syariah dibandingkan bank-bank lain, karena murah nya setoran awal dan setoran rutin.

d. Ancaman yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Harga, yaitu:

Tabungan yang tidak dapat diambil sewaktu-waktu, karena tabungan impian merupakan tabungan yang berjangka, dan mahal biaya finalty yang diberikan BRI Syariah menyebabkan nasabah tidak berminat untuk membuka tabungan impian iB umroh.

3. Strategi Promosi

a. Kekuatan yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Promosi, yaitu:

Sistem promosi yang dilakukan BRI Syariah ialah dengan cara door to door dan jemput bola yaitu petugas langsung datang kerumah nasabah ataupun ke tempat usaha nasabah, sistem ini akan memudahkan nasabah yang ingin membuka tabungan impian. Dan cara promosi yang dapat menjamin dan nyaman untuk nasabah mewujudkan impian-impian mereka. Produk tabungan impian memiliki fitur yang menarik dan terjamin.

b. Kelemahan yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Promosi, yaitu:

Masih kurangnya promosi dari karyawan bank, promosi hanya dilakukan oleh *Customer Service* dan Brosur. Seharusnya promosi dilakukan juga oleh Marketing maupun media elektronik.

c. Peluang yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Promosi, yaitu:

Bank BRI Syariah melakukan promosi dengan cara door to door dan datang kepengajian ibu-ibu dan yang banyak masyarakatnya untuk memberikan brosur, dengan strategi ini akan membuka peluang nasabah untuk membuka tabungan impian iB umroh, akan semakin meningkat nasabah yang membuka tabungan impian dari tahun ketahun.

d. Ancaman yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Promosi, yaitu:

Banyaknya pilihan produk dari bank lain yang lebih menguntungkan dan semakin gencarnya promosi bank syariah kompetitor, dan semakin lengkapnya dan inovatif fitur produk bank kompetitor yang dilengkapi dengan teknologi canggih.

4. Strategi Tempat

a. Kekuatan yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Tempat, yaitu:

BRI Syariah KCP Rantauprapat berada di JL. Ahmad Yani No. 235 di samping SPBU Rantauprapat. Lokasi ini dinilai strategis karena ditengah-tengah pusat kota, akan memudahkan masyarakat untuk berkunjung dan mengetahui lebih lanjut apa saja produk di BRI Syariah.

b. Kelemahan yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Tempat, yaitu:

Parkiran yang terlalu sempit menyebabkan nasabah yang berkunjung malas untuk singgah karena terkendala dalam memparkirkan kendaraannya, dan sempitnya gedung BRI Syariah menyebabkan nasabah yang antri harus berdiri menunggu antrian yang panjang.

c. Peluang yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Tempat, yaitu:

Bank BRI Syariah KCP Rantauprapat merupakan Bank BRI Syariah satu-satunya yang berbasis Syariah yang ada di Rantauprapat, ini akan mendapatkan peluang yang sangat menguntungkan bagi pihak Bank BRI Syariah.

d. Ancaman yang dimiliki oleh BRI Syariah dalam Strategi Tempat, yaitu:

Bank BRI Syariah terletak disamping Bank SUMUT Syariah, ini akan menjadi ancaman yang sangat besar karena akan berkurangnya nasabah yang akan datang ke BRI Syariah, karena faktor persaingan yang sangat kuat antar bank.

Analisis Swot Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian iB umroh Bri Syariah Kcp Rantauprapat yaitu:

Strategi Pemasaran dilihat dari kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman diatas, kekuatan yang dimiliki BRI Syariah ialah, BRI Syariah memiliki tempat yang strategis, yang berada di tengah-tengah pusat kota. Dengan tempat yang di tengah-tengah pusat kota akan memudahkan masyarakat untuk berkunjung ke BRI Syariah. Dan dapat dilihat dari sisi kelemahan yang dimiliki BRI Syariah ialah yang menjadikan masalah kenapa tabungan impian paling sedikit digunakan peminatnya dibandingkan tabungan faedah dan tabungan haji karena kurangnya promosi pemasaran ke masyarakat luas. Karena promosi hanya dilakukan oleh *Customer Service* dan Brosur saja, dalam hal ini pempromosian produk harus ditingkatkan yang semula hanya dipromosikan oleh *Customer Service* dan brosur maka sekarang ditambah dengan marketing yang juga bisa membantu untuk mempromosikannya bahkan juga bisa dengan menggunakan media elektronik lainnya.

Bank selain meningkatkan dalam pemasaran dalam pemasaran juga harus menghasilkan produk yang berkualitas yaitu melalui manajemen kualitas serta penerapan manajemen secara tepat akan membantu bank menghasilkan produk yang baik maka konsumen akan merasakan yakin untuk menggunakan atau untuk

membuka tabungan impian tersebut. Selain itu tabungan impian juga memberikan bagi hasil yang didapat oleh nasabah selalu meningkat.

Produk dari bank lain juga menjadi salah satu penghambat dari ancaman sedikitnya peminat nasabah untuk membuka produk tabungan impian yang ada di BRI Syariah adanya kelebihan dari bank lain yang memiliki produk yang sama juga bisa menjadi faktor penghambat, karena masyarakat sekarang sangat kritis untuk membanding-bandingkan produk satu dengan yang lain. Disini Bank BRI Syariah bisa saja memberikan souvenir atau hadiah kepada nasabah yang memberikan setoran secara rutin tanpa adanya keterlambatan, hadiah ini bisa menjadi daya tarik tersendiri agar nasabah menjadi lebih tertarik serta pelayanan yang baik dan nyaman juga bias menjadi daya tarik untuk nasabah agar tidak ke bank lain.