

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Profil BPRS Sarana Prima Mandiri secara resmi beroperasi pada tanggal 1 Juli 2008 berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 10//41/KEP.GBI/2008 Jkt. 19 Juni 2008 yang diresmikan oleh Siti Fajriyah selaku Deputi Gubernur Bank Indonesia. Awal mula peresmian tersebut memakai nama PT BPRS Sarana Pamekasan Membangun dengan kantor pusat beralamat di JL. KH. Agus Salim No. 20 Pamekasan. Seiring dengan dibukanya kantor cabang Bangkalan pada tahun 2011 maka pada tahun 2012 nama bank mengalami perubahan menjadi PT BPRS Sarana Prima Mandiri.

PT BPRS Sarana Prima Mandiri lebih dikenal dengan sebutan Bank Syariah SPM memiliki slogan Bersyariah Menuju Berkah dengan tujuan agar produk-produk kami bisa memberikan berkah sesuai syariah. Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di wilayah Madura yang religius diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Madura dalam bertransaksi sesuai syariah Islam.

Bank Syariah SPM Pamekasan memiliki 1 kantor cabang di JL. Trunojoyo No.56 Bangkalan dan 1 kantor kas di jalan Raya Bandaran Pamekasan, mengajak kepada para muslimat untuk menabung dan berinvestasi berupa Deposito Mudharabah. Dana tabungan dan investasi nasabah siap kami salurkan kepada umat yang membutuhkan untuk kebutuhan konsumsif maupun produktif melalui

pembiayaan prinsip murabahah dengan akad jual beli, prinsip mudharabah dan musyarakah dengan akad bagi hasil, dan prinsip ijarah dengan akad sewa, serta Gadai Emas IB dengan akad Al-Qard.

Perkembangan Bank Syariah SPM mulai terlihat pada tahun 2017, tepatnya bulan Mei, dimana Bank Syariah SPM mengeluarkan produk baru bernama tabarak, yaitu pembiayaan tanpa agunan barokah. Produk baru ini semakin berkembang dan membuat PT BPRS Sarana Prima Mandiri mulai bersaing dengan bank konvensional dan BPRS lainnya.¹

2. Alamat kantor PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Lokasi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan terletak di jalan Agus Salim No. 20 Kabupaten Pamekasan, dan merupakan pusat dari PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Dan pusat Sarana Prima Mandiri Pamekasan juga membuka kantor cabang di Kabupaten Bangkalan yang terletak di jalan Trunojoyo No. 56. Dan juga ada kantor kas Bandaran yang terletak di jalan Bandaran (Pasar Bandara) Pamekasan.

3. Visi dan Misi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memiliki Visi dan Misi sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi Bank Syari'ah yang dekat dengan masyarakat dan terpercaya dalam usaha syari'ah.

¹Sumber: <https://banksyariahspm.co.id/>, diakses pada tanggal 12 Juni 2020

b. Misi

Memberi pelayanan yang mudah, cepat, dan terbaik kepada seluruh nasabah sesuai prinsip kehati-hatian serta senantiasa menjunjung tinggi prinsip-prinsip syari'ah.

4. Produk dan Layanan PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Adapun berbagai produk ada layanan yang ditawarkan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan kepada pihak nasabah yaitu sebagai berikut:

a. *Funding* (Penghimpunan Dana)

1) Tabungan Multiguna

Tabungan khusus perorangan yang sangat fleksibel penyetoran dan penarikannya. Dan prinsip yang digunakan adalah prinsip *wadi'ah yad dhamanah*. Dan setorannya minimal Rp. 10.000,-.

2) Tabungan Haji dan Umroh (Taubah)

Tabungan khusus untuk dana perjalanan ibadah haji/umroh, dapat disetor sewaktu waktu selama jam pelayanan kas. Dan prinsip yang digunakan yaitu prinsip *wadi'ah yad dhamanah*. Dan setoran awalnya mulai dari Rp. 50.000,-.

3) Tabungan *Tarbiyah*

Tabungan khusus pelajar, mahasiswa dan lembaga pendidikan dengan menggunakan prinsip *mudharabah muthlaqoh*, dengan nisbah bagi hasil 30:70. Dan setoran awalnya Rp. 25.000,-

4) Tabungan *Ibadah* (Qurban)

Tabungan untuk persiapan pembelian hewan qurban (Idul Adha). Dan penyetorannya dapat disetor sewaktu-waktu selama jam pelayanan kas dengan menggunakan prinsip Mudharabah (bagi hasil) dengan nisbah bagi hasil 30:70. Dan setoran awalnya mulai dari Rp. 25.000,- dan setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,-.

5) Deposito

Produk investasi berjangka dari Bank Syari'ah SPM bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan bagi hasil besar sesuai nisbah bagi hasil yang disepakati.

b. *Financing* (Produk Pembiayaan)

1) Pembelian Kendaraan Bermotor

Bank SPM juga memberikan pembiayaan sepeda motor untuk nasabah yang ingin membeli sepeda motor. Skim pembiayaannya yaitu jual beli (*murabahah*) yaitu akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh Bank dan Nasabah. Jangka waktunya maksimal 5 tahun, dan cicilannya meringankan selama jangka waktu, dan juga bebas pinalti untuk pelunasan sebelum jatuh tempo.

2) Pembiayaan Modal Usaha Syari'ah

Yaitu fasilitas pembiayaan untuk keperluan produktif seperti tambahan modal usaha. Skim pembiayaannya adalah bagi hasil (*musyarakah*), yaitu akad

bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati antara Bank dan nasabah atas usaha yang dibiayai. Jangka waktu maksimal 5 tahun.

3) Pembiayaan Gadai Emas iB

Bank SPM menghadirkan gadai emas iB untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman dan sesuai Syari'ah. Dan juga mudah pencairannya, murah biaya penelitiaannya, aman dan sesuai syari'ah.

4) Pembiayaan Multijasa

Penyediaan dan dalam rangka pemindahan manfaat atau jasa dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (ujroh). Seperti untuk biaya berobat, biaya pendidikan dan lain sebagainya. Skim pembiayaan adalah sewa (ijarah) atas jasa biaya berobat dan biaya pendidikan penguasaan tinggi. Jangka waktunya maksimal 5 tahun.

5) Pembiayaan konsumtif lainnya

Fasilitas pembiayaan untuk keperluan konsumtif seperti pembelian bahan bangunan, pembelian laptop, pembelian elektronik, mebel dan lain sebagainya. Skim pembiayaan adalah jual beli (*murabahah*), yaitu akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh Bank dan Nasabah, dan jangka waktunya maksimal 5 tahun.

6) Layanan Payroll

Yaitu layanan kepada nasabah untuk melakukan pembayaran gaji kepada pegawai/karyawan secara massal. Dengan menggunakan akad *wakalah* dan juga

membantu perusahaan dalam mengelola pembayaran gaji karyawan dengan sangat mudah dan aman.

7) PM *payment point*

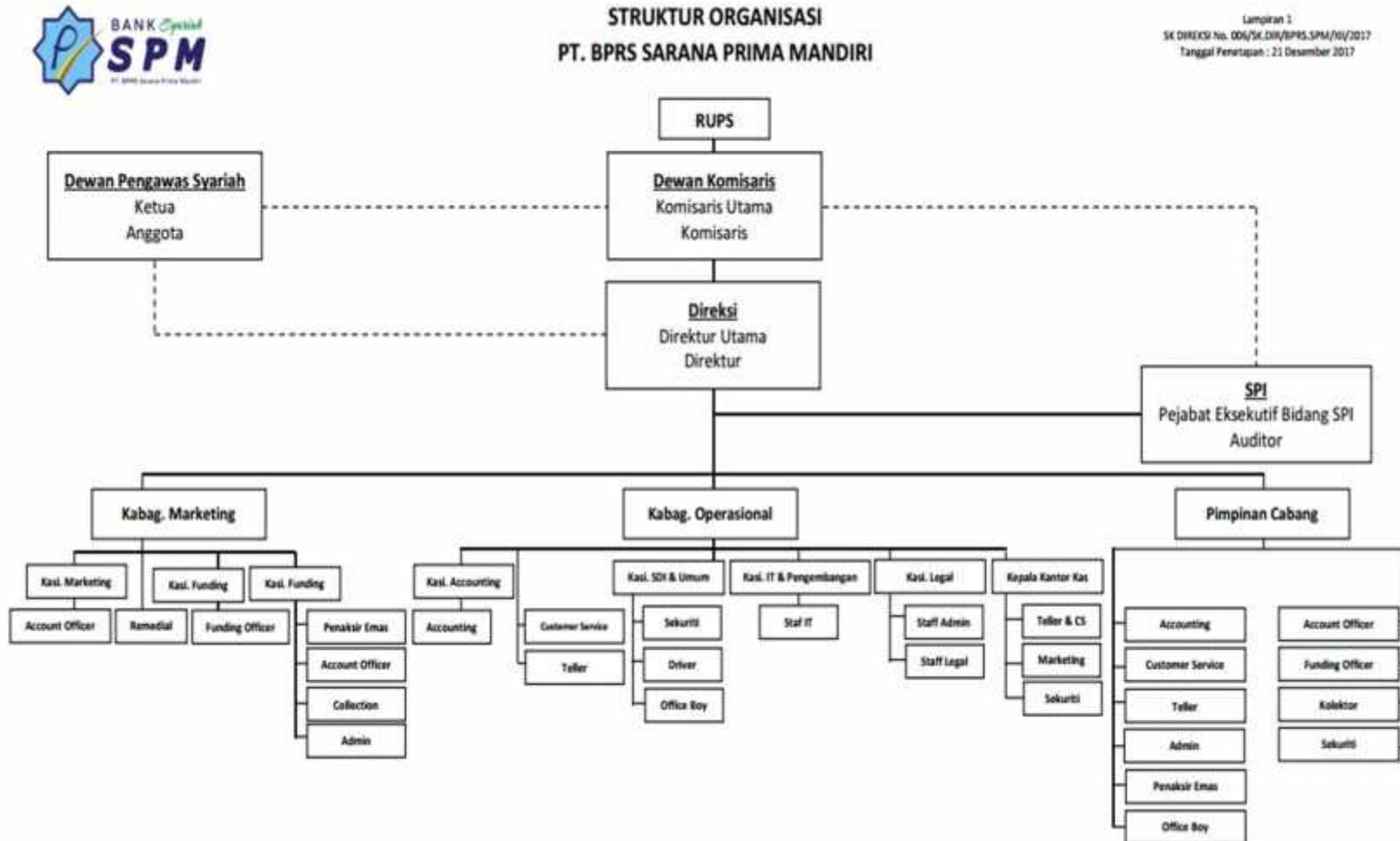
Suatu konsep transaksi pembayaran secara *online realtime* yang terintegrasi dengan pihak *biller provider* secara terpusat serta telah memenuhi standar prosedur transaksi yang ada saat ini. Layanan “*payment point online Bank*” ini hasil kerja sama Bank Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan bekerja sama dengan *biller provider* PT Nusa Satu Inti Artha (DOKU). Layanan ini berfungsi memberikan akses pelayanan transaksi yang lebih mudah bagi siapapun untuk pembayaran tagihan listrik, pembelian pulsa listrik / token, BPJS kesehatan, tagihan telepon, pulsa semua operator, TV prabayar, tiket kereta api, dan pembayaran cicilan *leasing*.²

5. Struktur Organisasi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Adapun struktur Organisasi dan logo Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang ada di Bank PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan Kantor Pusat Pamekasan dapat di gambarkan melalui bagan berikut ini:

²Sumber: <https://banksyariahsmpm.co.id/>, diakses pada tanggal 21 juni 2020.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BPRS SaranaPrima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan



B. Paparan data

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang di lakukan dengan tehnik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang di lakukan di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

1. Bagaimana Penerapan Strategi *Marketing* pada Tabungan Wadiah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Berdasarka hasil wawancara dengan salah satu pegawai PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Di sampaikan oleh Bapak Ikbal Maulana, SE selaku *AO Funding* di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri pamekasan, menjelaskan bahwa:

“Strategi yang di gunakan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan untuk menarik nasabah agar bisa bergabung dengan Bank kami yaitu kami memperbanyak silaturahmi, berbeda dengan Bank lainnya. Dan hal utama yang kami lakukan sebelum terjun kelapangan yaitu memahami semua produk termasuk strateginya yang PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan miliki, supaya kita bisa menjawab semua pertanyaan dari semua nasabah yang mereka lontarkan kepada kami.

Dalam segi persaingan pasti ada, karna setiap usaha baik usaha mikro atau makro, baik suatu lembaga keuangan pasti ada pesaingnya, di pamekasan ini banyak lembaga keuangan syariah, ada BRIS, BPRS Bhakti Sumekar, dll. Dan hal yang kami lakukan agar tidak kalah saing dengan lembaga keuangan lainnya, yang pertama yaitu memahami semua produk, dan yang kedua kita harus mengetahui kelebihan dan kelemahan mereka. Dan Bank PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan selalu mengingat agar tidak menjelek- jelekan lawan, kita hanya cukup menawarkan semua produk yang PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Jadi pemasaran sangat penting dan sangat berpengaruh untuk menarik nasabah untuk menabung dengan tabungan *wadiah*.³

³Ikbal Maulana, AO Funding BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan Wawancara Langsung (05 Agustus 2020 jam 09.00)

Dan disampaikan juga oleh Bapak Uri Hermandani, SE selaku salah satu karyawan di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan juga menjelaskan bahwa:

“Strategi marketing yang digunakan oleh lembaga keuangan kami yaitu dengan cara kita menawarkan produk tabungan *wadiah* yang lembaga keuangan kami miliki atau melakukan promosi. Dan kita selalu memperbanyak silaturahmi atau terjun langsung kepada masyarakat atau kepada semua nasabah, agar nasabah mau menabung atau menyimpan uangnya dengan menggunakan akad atau semua produk yang ada di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, terutama dengan menggunakan tabungan *wadiah* atau tabungan yang berupa titipan, yang pengambilannya data di lakukan kapan saja sesuai dengan pada saat lembaga keuangan kami beroperasi.

Dan karyawan yang memiliki tugas sebagai marketing, harus memahami semua produk yang lembaga keuangan kami miliki, supaya pada saat kami terjun kelapangan, kami sudah memiliki pegangan untuk menjelaskan semua produk yang PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Mmiliki. Jadi pada saat kurang memahami dan melakukan pertanyaan kami bisa mengatasi semua itu. Karna sebelum terjun kami harus memiliki ilmu dulu, karna ilmu adalah nomor satu.⁴

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa tabungan *wadiah* di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan adalah tabungan yang berupa titipan dan bisa diambil kapan saja. Syarat untuk menjadi nasabah tabungan *wadiah* yaitu dengan menyetorkan fotocopy KTP.

Marketing yang di gunakan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan untuk memasarkan semua produk terutama tabungan *wadiah* yaitu pertama menentukan segmentasi pasar, setelah itu melakukan promosi kepada masyarakat dan nasabah dengan menjelaskan semua maksud dari semua produk yang lembaga keuangan SPM miliki, dan pertama sebelum terjun kelapangan yaitu perlu adanya tahap- tahap sebelum terjun kelapangan. Yang pertama yaitu perlu

⁴Uri Hermandani, Karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan Wawancara Langsung (05 Agustus 2020 Jam 09.10)

memahami semua produk terutama tabungan *wadiah*, dan yang kedua kita harus mengetahui kelemahan dan kelebihan lawan kami, dan pada saat melakukan promosi jangan pernah menjelekkkan lawan. Kita hanya cukup memasarkan produk yang lembaga keungan SPM miliki. Dan kita selalu memperbanyak tali silaturahmi, agar antara nasabah dengan pihak Bank tidak mengalami kecanggungan, poin itu yang lembaga keungan kami tekankan yaitu dengan melakukan silaturahmi.

PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam melakukan strategi pemasaran terlebih dahulu melakukan terjun lapangan dengan menerapkan STP (segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar). Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Ikbal Maulana selaku AO di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan berikut hasil wawancaranya:

“Segmentasi yang dilakukan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam produk tabungan wadiah dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya di bidang pemasaran penghimpun dana (funding) dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien serta dapat mengalokasikannya kepada calon nasabah. Hal ini merupakan dasar untuk menentukan strategi pemasaran yang dijalankan agar tujuan pemasaran produk tabungan wadiah dapat tercapai”.⁵

Setelah melakukan segmentasi pasar, BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan target dan posisi pasar yang diinginkan sebagai sasaran, seperti yang disampaikan Bapak Ikbal Maulana selaku AO di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan berikut hasil wawancaranya:

“Setelah segmentasi produk tabungan wadiah di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan juga menerapkan langkah berikutnya yaitu melakukan targetting atau membidik target pasar yang telah dipilih PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam analisa segmentasi pasar. Penetapan

⁵Ikbal Maulana, AO Funding BPRS Prima Mandiri Pamekasan Wawancara Langsung (05 Agustus 2020 Jam 09.15)

target pasar yang dilakukan pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yakni tidak membatasi target pasar untuk produk tabungan wadiah dengan menerima semua lapisan masyarakat. Hal ini akan mendatangkan keuntungan bagi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu mendapatkan nasabah sebanyak mungkin, karena semakin banyak nasabah maka dapat meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah”.⁶

Setelah adanya target pasar BPRS Sarana Prima Mandiri juga menerapkan posisi pasar yang disampaikan oleh Bapak Ikbal Maulana selaku AO di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan berikut hasil wawancaranya:

“Untuk dapat mencapai posisi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan beberapa hal yaitu memberikan pelayanan kepada nasabah secara maksimal, memperkuat kehasan dari tabungan wadiah menjaga integritas, mengutamakan penghimpunan dana nasabah, menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah, terus melakukan promosi dan sosialisai kepada masyarakat”.⁷

Seperti yang dikatakan ibu ayu mengenai produk tabungan wadiah berikut hasil wawancara:

“Menurut ibu ayu mengatakan bahwa produk tabungan wadiah ini merupakan tabungan yang banyak diminati oleh banyak nasabah karena bisa di ambil kapan saja dan dalam menabung ditempat tersebut lyananya yang sangat mudah dilakukan yakni jemput bola.”⁸

Tabungan wadiah ini mengacu dalamsimpan menyimpan uang agar lebih aman. Karena adanya produk tabungandalamsistem penitipan untuk nasabah dan targe nya hanya mencari nasabah yang menyimpan uang nya agar aman dan terkendali dari kejahatan yang tidak diinginkan, jadi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menyediakan sarana dan prasarana tabungan wadiah, dan system tabungan ini dapat dipercayai keamanannya untunk menyimpan uang dalam

⁶Ikbal Maulana, AO Funding BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan Wawancara Langsung (05 Agustus 2020 jam 09.20)

⁷Ikbal Maulana, AO Funding BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan Wawancara Langsung(05 Agustus 2020 jam 09.30)

81 Ayu, Sebagai Anggota Nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan Wawancara Langsung (05 Agustus 2020 jam 10.00)

tabungan ini dapat mengembangkan masyarakat untuk mengelola dana dari pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dengan nasabah untuk mencapai target pemasaran tabungan wadiah.

2. Bagaimana Dampak Penerapan Strategi Marketing pada Tabungan Wadiah terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pegawai PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dengan bapak Ikbal Maulana, SE selaku *AO Funding* di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menjelaskan bahwa:

“Dampak dari penerapan strategi marketing yang PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu dengan adanya promosi, serta terjun kelapangan yaitu nasabah banyak tertarik serta percaya untuk menyimpan uangnya di lembaga keuangan kami, bahkan tanpa kami jemputpun mereka mengantarkan sendiri uang yang akan mereka tabung, bahkan mereka tidak pernah ragu sedikitpun untuk menitipkan uang mereka kepada lembaga keuangan kami.

Dengan adanya silaturahmi mereka tidak pernah canggung untuk saling tegur sapa. Bahkan antara mereka selalu tersenyum dan mau bertemu dimana saja, entah diluar kantor atau di dalam kantor mereka tidak pernah canggung”.⁹

Dan disampaikan juga oleh Bapak Ikbal Maulana SE, selaku *AO Funding* Di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan juga menjelaskan bahwa:

“Dampak lain dari penerapan strategi marketing yang PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menjelaskan kepada nasabah bahwa memberitahukan keuntungan apa saja yang ada di produk wadiah,dengan menjelaskan bahwa tabungan wadiah bisa diambil kapan saja. Sehingga juga dapat disimpulkan bahwasanya dampak dari penerapan strategi marketing juga di pengaruhi oleh suatu promosi yang dilakukan”.

Dampak penerapan strategi tabungan wadiah juga sangat membantu nasabah untuk menarik dalam menggunakan tabungan wadiah. Dimana

⁹Ikbal Maulana, AO Funding BPRS Prima Mandiri Pamekasan Wawancara Langsung (05 Agustus 2020 Jam 09.35)

pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sudah menerapkan strategi yang sudah efisien.¹⁰

Dan disampaikan oleh nasabah tabungan wadiah oleh Bapak Ikbal Maulana SE, terkait dengan tabungan wadiah di BPRS Sarana prima Mandiri berikut wawancaranya:

“Tentunya dalam melakukan promosi di PBRs Sarana Prima Mandiri menggunakan door to door atau secara langsung atau di katakana dengan tatap muka adanya brousur, karena banyaknya masyarakat sekitar yang masih awam dalam melakukan transaksi dalam menabung”

Hal ini dengan hasil observasi yang peneliti lakukan promosi lebih menggunakan tatap muka secara langsung karena masih banyak masyarakat khususnya daerah BPRS Sarana Prima Mandiri sangat awam dalam melakukan tabungan wadiah. Oleh sebab itu agar terhindar dari pengaruh dari nasabah yang tercapai sesuai keinginan cara aman dan terkendali.

seperti yang dikatakan ibu aini mengenai produk tabungan wadiah hasil wawancaranya:

“Menurut ibu aini mengatakan bahwa produk tabungan wadiah merupakan tabungan yang banyak di minati oleh banyak nasabah dan bisa di ambil sewaktu-waktu pada saat di butuhkan oleh nasabah”¹¹

karena bagi nasabah menjadi acuan sebagai nasabah yang diminati untuk menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri dan membantu nasabah lebih aman lagi untuk menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri.

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan paparan data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan terkait dengan penerapan strategi marketing pada tabungan wadiah dalam meningkatkan jumlah nasabah beberapa temuan-temuan yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

¹⁰Ikbal Maulana,AO Funding BPRS Prima Mandiri Pamekasan Wawancara Langsung (05 Agustus 2020 Jam 09.50)

¹¹Aini, Sebagai Anggota Nasabah BPRS Prima Mandiri Pamekasan Wawancara Langsung (05 Agustus 2020 jam 10.15)

1. Penerapan Strategi *Marketing* pada Produk Tabungan *Wadiah* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Hasil temuan peneliti dari penerapan strategi marketing pada produk tabungan wadiah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana Mandiri Pamekasan

- a. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sebelum menerapkan strategi marketing terlebih dahulu melakukan pengamatan pasar melalui segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar.
- b. Hasil penerapan strategi marketing di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.
- c. Produk tabungan wadiah merupakan produk unggulan yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

2. Dampak Penerapan Strategi *Marketing* pada Tabungan *Wadiah* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

- a. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan door to door sebelum melakukan promosi agar membentuk pemahaman nasabah terhadap produk tabungan wadiah.
- b. Adanya rasa kepercayaan penuh nasabah kepada pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

D. Pembahasan

Dari paparan data dan temuan peneliti diatas selanjutnya dilakukan pembahasan sesuai dengan fokus penenlitan, adapun pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penerapan Strategi *Marketing* pada Produk Tabungan *Wadiah* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Pemasaran (*marketing*) adalah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun potensial.¹²

Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses taktik segala kegiatan (program pemasaran) secara efektif dan efisien, guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan harus di kelola dengan sebaik-baiknya dan manajer pemasaran harus memainkan peranan penting dalam perencanaannya.¹³

Strategi pemasaran yang di terapkan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan adalah STP (segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar) dimana penerapan yang di terapkan sudah efisien dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah.

a. Segmentasi Pasar

segmentasi merupakan suatu kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau ramuan pemasaran tersendiri. Segmentasi di bagi berdasarkan krateristik konsumen yaitu:

¹²Pauji, Nawawi, Hakim, Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di BPRS Amanah Ummah, *Jurnal Ekonomi Islam vol. 6 No. 2*, (September 2015), hlm. 384

¹³ibid

- 1) Segmentasi demografi dan sosioekonomi. Segmentasi demografi melibatkan faktor seperti jenis kelamin, usia, ukuran keluarga, dsb. Sosioekonomi terdiri dari pendapatan, pendidikan, kelas sosial, agama, kebangsaan dan etnik. Faktor-faktor ini merupakan dasar paling populer untuk membuat segmen kelompok pelanggan, karena kebutuhan konsumen, keinginan dan tingkat penggunaan sering kali sangat dekat dengan variable demografi dan sosioekonomi, serta lebih mudah diukur dari pada variable lain. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan membidik salah satu variable tersebut dari umur dan pekerjaan.
- 2) Segmentasi psikografis, yaitu membagi pasar menjadi suatu kelompok yang berbeda berdasarkan pada karakteristik kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik kepribadian. Sehingga dari karakteristik kelas sosial, gaya hidup serta kepribadian tersebut dapatlah dibuat produk-produk apa saja yang cocok bagi masing-masing segmen tersebut. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan karena setiap nasabah yang ingin menjadi nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan ini hanya membayar administrasi 25.000 1x selama menjadi nasabah.
- 3) Segmentasi geografik, yaitu membagi pasar menjadi beberapa unit geografis seperti Negara, provinsi, perkotaan, pedesaan, atau kompleks perumahan atau kemukiman. Sebuah bank mungkin dapat memutuskan untuk beroperasi di semua wilayah tetapi lebih memperhatikan perbedaan kebutuhan dan keinginan yang di jumpai. Sebab kebutuhan masing-masing unit geografis akan berbeda, misalkan antara kebutuhan masyarakat di perkotaan dengan di pedesaan pasti akan berbeda. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam

menentukan geografisnya lebih memfokuskan daerah Agus Salim karena lebih dekat dengan konsumen juga dengan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

b. *Targeting* (Pasar Sasaran)

Setelah melakukan segmentasi pasar, maka diperoleh beberapa segmen yang diinginkan atau potensial untuk diagram perusahaan. Pertimbangan untuk memilih segmen antara lain berdasarkan besarnya segmen yang akan dipilih, luasnya segmen dan kemampuan perusahaan untuk memasuki segmen tersebut setelah teridentifikasi segmen apa saja yang akan atau dapat dipilih, maka langkah selanjutnya adalah melakukan targeting (penetapan pasar sasaran).

c. *Positioning* (Posisi Pasar)

positioning adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berada dalam benak pelanggan sasaran. Positioning merupakan elemen yang sangat utama dalam suatu strategi pemasaran. Sebuah perusahaan dapat menentukan posisinya melalui persepsi pelanggan terhadap produknya dan produk pesaingnya sehingga akan dihasilkan peta persepsi. Dengan menggunakan informasi dari peta persepsi ini, dapat dikenali berbagai strategi penentuan posisi.

2. Dampak Penerapan Strategi Marketing pada Tabungan Wadiah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Dari hasil wawancara yang sudah dijelaskan dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan nasabah mempercayakan uang atau tabungannya

di BPRS Sarana Prima Mandiri karena beberapa dari mereka memang sudah mengenal mmerketingnya.

Dari dampak strategi marketing yang meliputi segmentasi pasar,target pasar dan posisi pasar yang dijalankan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri telah memberikan kontribusi yang baik, nilaibaikyang diberikan keduanya,baik itu BPRS Sarana Prima Mandiri maupun nasabah.Dari strategi yang dijalankannya terbukti berdampak positif dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Dari penjelasan diatas,dapat diambil kesimpulan bahwa penenrapan strategi marketing pada tabungan wadi'ah berdampak pada peningkatan jumlah pengguna produk wadi'ah di BPRS Sarana Prima Mandiri.