

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

a. Latar Belakang Berdirinya Bank Sarana Prima Mandiri

Pamekasan

PT. BPRS SPM secara resmi beroperasi pada tanggal 01 juli 2008 berdasarkan keputusan Gubernur bank indonesia NO.10/41/KEP.GBI/2008 Jkt. 19 juni 2008 yang diresmikan oleh ibu Hj. Siti fajriyah selaku deputi Gubenur Bank indonesia. awal mula peremian tersebut memakai nama PT. BPRS sarana pamekasan membangun dengan kantor pusat beralamat di JL. KH. Agus Salim NO.20 Pamekasan. seiring dibukanya kator cabang bakalan pada tahun 2011 maka pada tahun 2012 nama bank mengalami perubahan menjadi PT BPRS sarana prima mandiri.

PT. PBRS SPM lebih dikenal dengan sebutan bank syariah spm memiliki selogan bersyariah menuju berkah dengan tujuan agar produk-produk kami agar 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 satu kantor cabang di Jl. Trunojoyo NO.56 bangkalan dan satu kantor kas Jl. bandaran pamekasan, mengajak kepada para muslimin dan muslimat untuk menabung dan berinvestasi di bank syariah SPM melalui produk tabungan wadiah, tabungan mudharabah dan investasi berupa

deposito mudharabah. dana tabungan dan investasi nasabah siap kami salurkan kepada umat yang membutuhkan untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif melalui produk 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 Al Qard.

Perkembangan bank syariah spm mulai terlihat pada tahun 2017, tepatnya bulan mei, dimana bank syariah spm mengeluarkan produk baru bernama TABAROK, yaitu pembiayaan tanpa agunngan barokah. produk ini semakin berkembang dan membuat PT. PBRS SPM mulai bersaing dengan bank konvensional dan bank BPRS lainnya.

2. Visi dan Misi Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

a. Visi

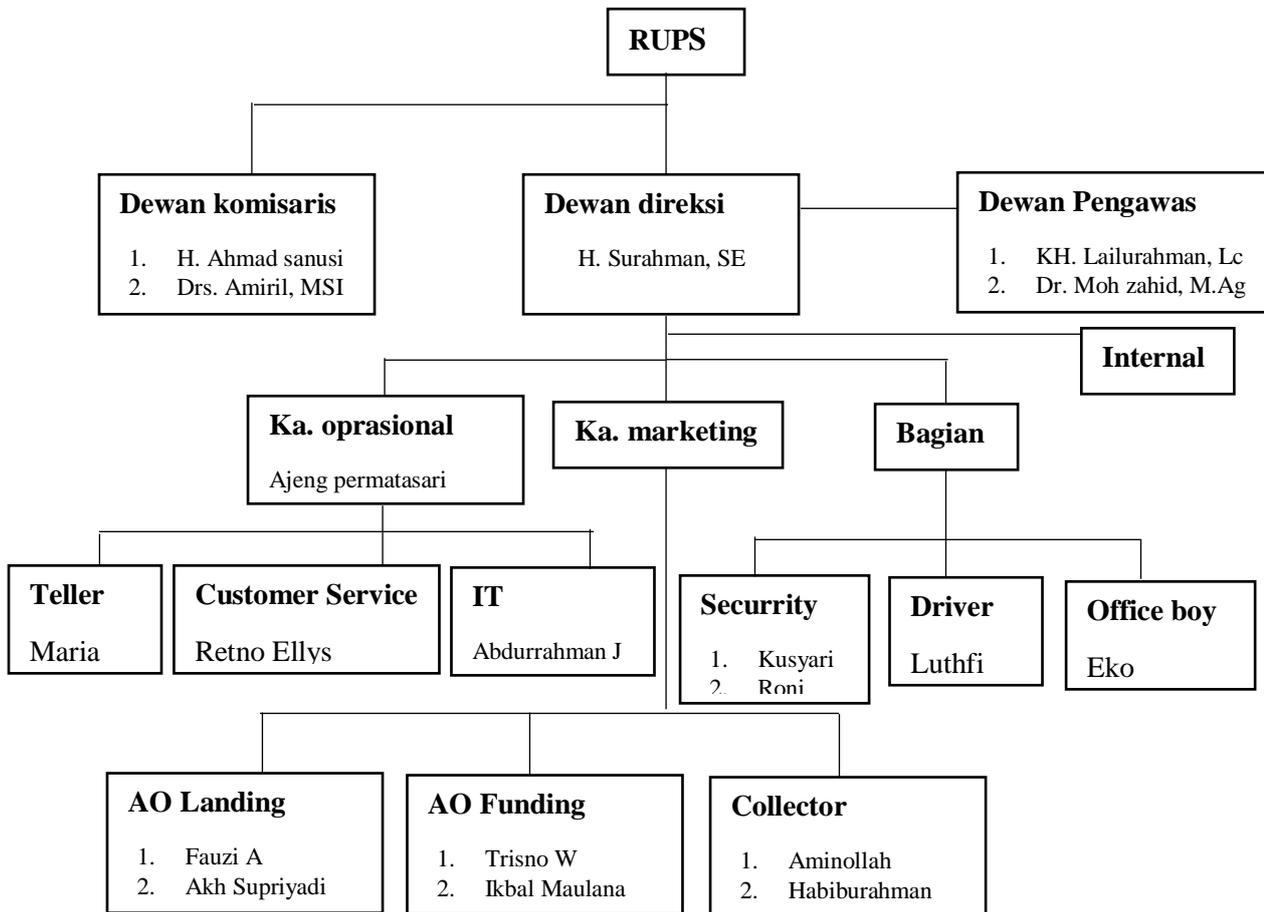
Menjadi bank syariah yang dekat dengan masyarakat dan terpercaya dalam usaha syariah.

b. Misi

Memberikan pelayanan yang mudah, cepat, dan terbaik kepada seluruh nasabah sesuai dengan prinsip kehati-hatian serta mejunjung tinggi prinsip-prinsip syariah.

3. Struktur Organisasi Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Stuktur Organisasi



4. Produk-Produk Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

- a. Deposito, Produk investasi berjangka dari Bank Syariah SPM bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan bagi hasil besar sesuai nisbah bagi hasil yang disepakati.
- b. Tabungan Multiguna, Produk simpanan dari Bank Syariah SPM untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.

- c. Tabungan Taubah atau Haji, Produk simpanan dari Bank Syariah SPM bagi calon jemaah Haji Reguler yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH).
- d. Tabungan Umroh, Produk simpanan dari Bank Syariah SPM bagi calon jemaah Umroh yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Ibadah Umroh.
- e. Tabungan Tarbiyah, Produk simpanan dari Bank Syariah SPM untuk nasabah perorangan/ lembaga pendidikan untuk siswa- siswi SD, MI, MTs, SMP dan SMA.
- f. Tabungan Qurban, Produk simpanan dari Bank Syariah SPM bagi nasabah yang berniat untuk berqurban saat Idul Adha.
- g. Tabarok,
- h. Pembelian Kendaraan Bermotor, Pastikan impian kendaraan terbaik untuk keluarga Anda bukan menjadi masalah lagi
- i. Talangan Umroh,
- j. Gadai Emas iB, Gadai Emas iB hadir untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak atau untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman dan sesuai syariah.
- k. Pembiayaan Modal usaha Syariah, Adalah fasilitas Pembiayaan untuk keperluan produktif seperti tambahan modal usaha.
- l. Pembiayaan Konsumtif lainnya, Adalah fasilitas Pembiayaan untuk keperluan konsumtif seperti pembelian bahan bangunan, pembelian

laptop, pembelian elektronik, mebel dan lain sebagainya.

- m. Pembiayaan Multijasa, Penyediaan dana dalam rangka pemindahan manfaat atas jasa dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (ujroh). Seperti untuk biaya berobat, biaya pendidikan dan lain sebagainya
- n. Daftar Gaji, Adalah layanan kepada nasabah untuk melakukan pembayaran gaji kepada pegawai/ karyawan secara massal
- o. Titik Pembayaran SPM, adalah suatu konsep transaksi pembayaran secara online realtime yang terintegrasi dengan pihak penyedia tagihan secara menyeluruh serta memenuhi standar prosedur transaksi yang ada saat ini. Layanan **“PaymentPoint Online Bank”** (PPOB) ini hasil kerja sama Bank Syariah SPM bekerja sama dengan penyedia biller PT Nusa SatuInti Artha (DOKU).

B. Paparan Data

1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

Tabel 4.1

Laporan Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Tahun 2019-2021

Tahun	Nasabah THI
2019	21
2020	25
2021	27
Jumlah	73

Perkembangan nasabah produk tabungan haji pada tahun 2019 sampai tahun 2021 mengalami peningkatan hal tersebut terjadi karena mengingat banyaknya peminat masyarakat untuk menunaikan ibadah haji. PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan selalu melakukan inovasi secara terus menerus serta meningkatkan profesionalitas kerjanya. Dengan dilakukannya tersebut akan terus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan dalam mengelola produk tabungan haji.

Menurut bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan mengemukakan bahwa:

“Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan khususnya pada produk tabungan haji yaitu dengan menggunakan pasar yang dituju yaitu dengan menggunakan strategi marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, bidang tempat dan promosi, yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan nasabah.”

Dapat disimpulkan strategi pemasaran yang digunakan oleh PT BPRS SPM Pusat Pamekasan terutama pada tabungan haji yaitu dengan menggunakan strategi marketing mix atau bauran pemasaran. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding PT BPRS SPM Pusat Pamekasan pada tahun 2022.

Saat ini pertumbuhan jumlah bank pembiayaan rakyat syariah di Indonesia terjadi seiring dengan meningkatnya kesadaran dan minat masyarakat untuk menabung di bank yang halal dan menentramkan. PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan merupakan salah satu bank yang menawarkan fasilitas pembiayaan produk tabungan haji. Produk ini hadir mengingat tidak semua warga muslim memiliki kemampuan

finansial untuk membayar biaya keberangkatan haji atau umroh secara sekaligus. PT.BPRS SPM Pusat Pamekasan berdasarkan prinsip islam yang tidak terlepas dari persaingan-persaingan antar bank syariah dan bank konvensional. Setiap usaha yang dilakukan bank dalam memasarkan produk-produknya yang bertujuan untuk meningkatkan sumber dana dengan menargetkan sejumlah nasabah atau calon nasabah sesuai dengan apa yang direncanakan merupakan bagian dari strategi pemasaran. Salah satu hal yang paling mendasar sangat diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya menarik minat nasabah agar dapat bertahan atau pun jumlahnya meningkat.

Diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya. Untuk lebih jelasnya mengenai strategi tersebut, yaitu: Strategi pemasaran produk Tabungan Haji yang di implementasi oleh PT. Bank BPRS SPM Pusat Pamekasan menggunakan marketing mix yaitu sejumlah alat-alat pemasaran yang di gunakan perusahaan untuk meyakinkan objek pemasaran atau target pasar yang dituju. Untuk mencapai pasar tersebut strategi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan meliputi empat variabel dalam bauran pemasaran yaitu:

a. Marketing Mix

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan wujud yang terarah pada suatu perusahaan ataupun lembaga keuangan dalam mencapai tujuan guna memperoleh keuntungan. Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk menghadapi adanya persaingan terhadap lembaga keuangan lainnya. Untuk mencapai target pasar, diperlukan marketing mix atau bauran pemasaran. Karena bagian inilah yang

terlihat dipasar, oleh sebab itu PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan memiliki beberapa strategi dalam pemasaran yaitu:

1) Strategi Dalam Bidang Produk

Produk adalah bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk memenuhi tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jadi pada hakikatnya produk tersebut dibuat agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan.

Menurut bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding di PT. Bank BPRS

SPM Pusat Pamekasan mengatakan bahwa:

“Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan produk tabungan haji yaitu dengan memberikan diskon pemotongan zakat secara otomatis dari bonus yang didapatkan ketika nasabah menggunakan produk tabungan haji pada BPRS SPM Pamekasan.”

Dapat disimpulkan bahwa strategi dalam bidang produk yang dilakukan oleh PT BPRS SPM Pusat Pamekasan dengan memberikan diskon atau bonus pada nasabah yang menggunakan produk tabungan haji. sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Iqbal maulana selaku Seksi Kepala Funding PT BPRS SPM Pusat Pamekasan tahun 2022.

Bukti dokumentasi bahwa strategi dalam bidang produk ini dilakukan dengan cara memberikan diskon atau bonus pada nasabah yang menggunakan produk tabungan haji dapat dilihat pada website Bank SPM Pamekasan sebagaimana berikut:

2) Startegi Dalam Bidang Harga

Harga adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan.⁷⁹

Hasil wawancara dengan bapak Iqbal Maulana Kepala Seksi Funding di PT.BPRS SPM Pusat Pamekasan mengatakan bahwa:

“Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan strategi harga pada tabungan haji di BPRS SPM Pamekasan yaitu dengan membebaskan biaya administrasi bulanan tabungan dan biaya reaktivasi rekening pasif.”

Dapat disimpulkan bahwa upaya yang dilakukan BPRS SPM pamekasan pada strategi harga dalam tabungan haji yaitu dengan cara membebaskan biaya administrasi bulanan dan biaya reaktivasi rekening pasif. sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Iqbal maulana selaku Seksi Kepala Funding PT BPRS SPM Pusat Pamekasan tahun 2022.

Bukti dokumentasi bahwa strategi dalam bidang harga ini dilakukan dengan cara membebaskan biaya administrasi bulanan dan biaya reaktivasi rekening pasif dapat dilihat pada website Bank SPM Pamekasan sebagaimana berikut:

3) Strategi Dalam Bidang Tempat

Tempat atau lokasi adalah untuk melakukan proses jual beli suatu produk baik barang maupun jasa. Pada strategi ini sangat berpengaruh juga terhadap lakunya suatu produk yang akan di pasarkan. Dengan tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat luas dan kemungkinan besar produk yang dipasarkan akan lebih cepat untuk dikenal banyak orang. PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan terletak di JL.KH. Agus Salim. No.20 Pamekasan. Lokasi ini sangat mudah untuk

dijangkau karna tepat kantornya berada dipusat kota pamekasan.

Hasil wawancara dengan bapak Iqbal Maulana Kepala Seksi Funding di PT.

BPRS SPM Pusat Pamekasan mengatakan bahwa:

“Tempat ataupun lokasi yang dipilih oleh BPRS SPM Pamekasan harus startegis. Makanya tempat ini dipilih karena letaknya yang sangat dekat dengan pusat kota dan alun-alun kota serta jalan raya. serta tempat ini mudah ditemukan dan berada di jalan raya lebih tepatnya berada dipusat kota dekat dengan toko samudra motor pamekasan.”

Dapat disimpulkan bahwa strategi dalam bidang tempat yang dilakukan oleh PT BPRS SPM Pusat Pamekasan yang dilakukan yaitu dengan memilih tempat yang strategis yang biasa diketahui oleh masyarakat dan dekat dengan pusat kota. sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Iqbal maulana selaku Seksi Kepala Funding PT BPRS SPM Pusat Pamekasan tahun 2022.

Bukti dokumentasi bahwa strategi dalam bidang tempat ini dilakukan dengan memilih tempat yang strategis yang biasa diketahui oleh masyarakat dan dekat dengan pusat kota sebagaimana berikut:

4) Strategi Dalam Bidang Promosi

Promosi salah satu hal yang sangat penting yaitu adanya promosi, tujuan utamanya adalah agar konsumen lebih mengenal serta merasa tertarik untuk mencoba membeli produk. Baik produk berupa barang atau jasa. Dalam kegiatan promosi perusahaan harus mampu mengubah persepsi konsumen menjadi positif terhadap produk yang dijual. Dalam usah tersebut berbagai kaedah promosi perlu dilaksanakan agar pengguna mengetahui, memahami dan membuat keputusan untuk menggunakan produk. Tanpa aktifitas promosi pemasaran produk yang berkualitas sekalipun tidak akan mudah bersaing dipasaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding di PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan menjelaskan:

“Strategi pemasaran dalam bidang promosi yang digunakan oleh PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan dilakukan dengan 2 cara yaitu cara pertama dengan silaturahmi atau door to door dengan memberikan penjelasan kepada nasabah maupun calon nasabah tabungan haji PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan silaturahmi baik dalam silaturahmi perorangan maupun kolektif. Cara kedua yaitu dengan mempromosikan melalui media sosial seperti instagram, whatsapp, facebook, dan website lainnya.”⁸³

Dapat disimpulkan bahwa strategi dalam bidang promosi yang dilakukan oleh PT BPRS SPM Pusat Pamekasan yang dilakukan yaitu dengan 2 cara cara pertama yaitu dengan melakukan silaturahmi atau door to door yaitu dengan cara datang langsung menemui nasabah atau calon nasabah dan memberikan penjelasan secara langsung. Sedangkan cara yang kedua yaitu dengan melalui media sosial seperti instagram, whatsapp, facebook dan website lainnya. sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Iqbal maulana selaku Seksi Kepala Funding PT BPRS SPM Pusat Pamekasan tahun 2022.

Bukti dokumentasi bahwa strategi dalam bidang promosi ini dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan melakukan silaturahmi dan melalui media sosial salah satunya seperti instagram dapat dilihat sebagaimana berikut:

2. Peluang Dan Tantangan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Seksi Funding PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan menjelaskan tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan haji PT. BPRS SPM Pusat Pamekasan.

a. Strategi Produk

Menurut bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding di BPRS SPM

Pamekasan mengatakan bahwa.

“Peluang dalam strategi produk tabungan haji di BPRS SPM Pamekasan yaitu nasabah tabungan haji bank SPM Pamekasan mendapatkan banyak bonus dan diskon. Tantangan dalam strategi produk tabungan haji yaitu banyaknya bank atau pesaing lainnya yang juga memberikan bonus untuk nasabah pengguna produk tabungan haji sehingga dengan adanya tantangan tersebut bank SPM Pamekasan nantinya akan lebih meningkatkan nilai diskon sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan bank SPM Pamekasan.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding di BPRS SPM Pamekasan yaitu dimana peluang yang didapatkan dalam memasarkan produk tabungan haji yaitu dengan memberikan lebih banyak lagi bonus kepada nasabah pengguna produk tabungan haji sedangkan tantangan dalam memasarkan produk tabungan haji yaitu banyaknya para pesaing dan bank yang juga menerapkan sistem bonus untuk pengguna produk tabungan haji.

b. Strategi Promosi

Menurut bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding di BPRS SPM Pamekasan mengatakan bahwa.

“Peluang dalam strategi promosi tabungan haji ini yaitu dimana semakin banyak masyarakat mengetahui promosi tabungan haji di Bank SPM Pamekasan melalui media sosial. Tantangan dalam strategi promosi yaitu dengan cara meningkatkan lagi dan menambah promosi melalui media sosial dengan semakin menyebarluaskan bukan hanya di sosial media instagram saja, tapi perlu peningkatan melalui media sosial lainnya sehingga bisa menjangkau seluruh pengguna media sosial dan dituntut untuk selalu melakukan inovasi dalam promosi tabungan haji agar nasabah maupun calon nasabah tertarik, misalnya dengan membuat pamflet semenarik dan semodern mungkin yang bisa menarik minat nasabah. Hambatan dalam strategi promosi yaitu belum optimal dalam mempromosikan produknya, masih belum menggunakan media elektronik dalam pemasarannya seperti televisi. selain itu juga belum adanya pemasangan sepanduk yang diletakkan di jalan raya sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk tabungan haji di PT BPRS SPM Pamekasan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding di BPRS SPM Pamekasan yaitu dimana peluang yang didapatkan Bank

SPM dalam memasarkan strategi promosi yaitu semakin banyak masyarakat mengetahui produk tabungan haji di Bank SPM Pamekasan melalui media sosial. Tantangan dalam Strategi Promosi yaitu dalam strategi promosi yaitu belum optimal dalam mempromosikan produknya, masih belum menggunakan media elektronik dalam pemasarannya seperti televisi. selain itu juga belum adanya pemasangan sepanduk yang diletakkan di jalan raya sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk tabungan haji di PT BPRS SPM Pamekasan.

c. Strategi Harga

Menurut bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding di BPRS SPM Pamekasan mengatakan bahwa.

“Peluang dalam strategi harga yaitu dengan cara memperbanyak diskon harga pada tabungan haji. Tantangan dalam strategi harga ini yaitu banyaknya bank lain yang juga melakukan bebas biaya administrasi”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding di BPRS SPM Pamekasan yaitu dimana peluang dari segi harga disini yaitu dengan cara menambah lebih banyak lagi diskon harga sedangkan untuk tantangan dalam strategi harga ini yaitu melihat banyaknya pesaing atau bank lain yang juga menerapkan sistem bebas biaya administrasi pada tabungan haji.

d. Strategi Tempat

Menurut bapak Iqbal Maulana selaku Kepala Seksi Funding di BPRS SPM Pamekasan mengatakan bahwa.

“Peluang yang didapatkan Bank SPM karena letaknya yang di pusat kota maka masyarakat mudah mengetahui letak Bank SPM Pamekasan. tantangan dalam strategi tempat kedepannya untuk tempat lebih memperhatikan dan memperbaiki lagi mulai dari cover, tempat parkir dan tempat lainnya dan terdapat pada tempat

bangunan SPM yang tidak terlalu begitu besar walaupun berada di pusat kota.” Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Iqbal Maulana Selaku Kepala Seksi Funding di BPRS SPM Pamekasan yaitu dimana peluang dari segi tempat disini letaknya yang di pusat kota maka masyarakat mudah mengetahui letak Bank SPM Pamekasan. Tantangan dalam strategi tempat bisa dilihat dari segi bangunan SPM yang mungkin kedepannya bisa lebih di renovasi kembali dalam strategi tempat berada pada bangunan BPRS SPM yang tidak begitu besar.

C. Temuan Penelitian

Berikut ini akan diuraikan temuan tentang strategi pemasaran (*marketing mix*) yang dilakukan oleh PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

- a. Strategi Produk : Pihak BPRS SPM Pamekasan dalam strategi produk yaitu dilakukan dengan cara memberikan diskon pemotongan zakat secara otomatis dari bonus yang didapatkan.
- b. Strategi Harga : Pihak BPRS SPM Pamekasan dalam strategi harga yaitu dilakukan dengan membebaskan biaya administrasi bulanan tabungan dan biaya reaktivasi rekening pasif.
- c. Strategi Promosi : Pihak BPRS SPM Pamekasan dalam strategi promosi yaitu dilakukan dengan melalui 2 cara silaturahmi dan melalui media sosial.
- d. Strategi Tempat : Pihak BPRS SPM Pamekasan dalam strategi tempat

yaitu dengan memilih lokasi yang strategis yang dekat dengan pusat kota dan alun-alun kota serta jalan raya.

2. Peluang dan Tantangan Dalam Memasarkan Produk Tabungan Haji dan Solusinya di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Dalam menjalankan strategi pemasaran (*Marketing Mix*) tentu akan menghadapi banyak peluang dan tantangan. Karena tantangan suatu hambatan merupakan suatu hambatan atau rintangan yang menghalangi jalannya pencapaian sasaran. Adapun peluang dan tantangan yang didapatkan dan yang harus dihadapi terkait dengan strategi pemasaran tabungan haji pada PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu;

a. Strategi Produk

Peluang dalam produk tabungan haji di BPRS SPM Pamekasan yaitu nasabah tabungan haji bank SPM Pamekasan mendapatkan banyak bonus dan diskon dengan memberikan lebih banyak bonus kepada nasabah yang menggunakan produk tabungan haji. Tantangan dalam strategi produk tabungan haji yaitu banyaknya bank atau pesaing lainnya yang juga memberikan bonus untuk nasabah pengguna produk tabungan haji sehingga dengan adanya tantangan tersebut bank SPM Pamekasan nantinya akan lebih meningkatkan nilai diskon sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan bank SPM Pamekasan.

b. Strategi Harga

Peluang dalam harga tabungan haji di BPRS SPM pamekasan yaitu dengan cara memperbanyak lagi diskon harga pada tabungan haji. Tantangan dalam strategi harga ini yaitu banyaknya bank lain yang juga melakukan bebas biaya

administrasi.

c. Strategi Promosi

Peluang dalam promosi tabungan haji di BPRS SPM Pamekasan yaitu dimana semakin banyak masyarakat mengetahui promosi tabungan haji di Bank SPM Pamekasan melalui media sosial. Tantangan dalam strategi promosi tabungan haji disini yaitu belum optimal dalam mempromosikan produknya, masih belum menggunakan media elektronik dalam pemasarannya seperti televisi. selain itu juga belum adanya pemasangan sepanduk yang diletakkan di jalan raya sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk tabungan haji di PT BPRS SPM Pamekasan.

d. Strategi Tempat

Peluang dalam tempat pada BPRS SPM Pamekasan yaitu yang didapatkan Bank SPM karena letaknya yang di pusat kota maka masyarakat mudah mengetahui letak Bank SPM Pamekasan. Tantangan dalam strategi tempat kedepannya untuk tempat lebih memperhatikan dan memperbaiki lagi mulai dari cover, tempat parkir dan tempat lainnya dan terdapat pada tempat bangunan SPM yang tidak terlalu begitu besar walaupun berada di pusat kota. kedepannya untuk tempat lebih memperhatikan dan memperbaiki lagi mulai dari cover, tempat parkir dan tempat lainnya.

D. Pembahasan

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji PT BPRS SPM Pamekasan

Setiap perusahaan pastinya mempunyai tujuan untuk dapat bertahan dan

berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. usaha ini hanya dapat dilakukan apa bila apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha mengasahi pasar.

Pengertian strategi pemasaran menurut Sofyan Assauri, adalah sebagian berikut : “Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkat dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah”

Menurut Tjiptono, bahwa : “Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut”.

Menurut Stanton, strategi pemasaran bank adalah salah satu bentuk usaha pemasaran dalam dunia perbankan. konsep pemasaran bank tidak banyak berbeda dengan konsep pemasaran sektor bisnis yang lainnya, hanya saja konsep pemasaran perbankan lebih cenderung berfokus kepada produk saja Berdasarkan penjelasan diatas dapat dipahami bahwa strategi pemasaran adalah rencana pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan Menggunakan konsep yang terstruktur dengan memadukan dengan konsep Bisnis yang ingin dijalankan. Penerapan strategi pemasaran memiliki tujuan tidak lain adalah untuk

memudahkan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Strategi pemasaran dalam suatu lembaga keuangan merupakan faktor penting dalam proses kegiatannya, dimana kegiatan pemasaran secara langsung mengarahkan pada pencapaian tujuan yang salah satunya adalah pencapaian target penjualan, pencapaian target adalah merupakan salah satu keberhasilan aktifitas pemasaran PT BPRS SPM Pamekasan. Dalam penelitian ini strategi pemasaran yang digunakan yaitu menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Philip Kotler mendefinisikan bahwa bauran pemasaran adalah kelompok kiat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran. Ada beberapa pemahaman tentang konsep yang ada dalam bauran pemasaran, menurut Kotler dalam buku Kasmir menyebutkan konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/saluran distribusi), *promotion* (promosi).

Dalam hal ini PT BPRS SPM Pamekasan dalam proses pemasarannya menggunakan Marketing Mix;

- a. Dalam strategi produk, dalam hal ini PT BPRS SPM Pamekasan upaya yang dilakukan yaitu dengan memberikan diskon pemotongan zakat secara otomatis dari bonus yang didapatkan ketika nasabah

menggunakan produk tabungan haji.

- b. Dalam strategi harga, dalam hal ini PT BPRS SPM Pamekasan upaya yang dilakukan yaitu dengan membebaskan biaya administrasi bulanan tabungan dan biaya reaktivasi rekening pasif.
- c. Dalam strategi produk, dalam hal ini PT BPRS SPM Pamekasan upaya yang dilakukan yaitu melalui 2 cara, cara yang pertama yaitu dengan silaturahmi atau door to door. Cara yang kedua yaitu dengan promosi melalui sosial media instgram, whatsapp, facebook, dan website lainnya.
- d. Dalam strategi tempat, dalam hal ini PT BPRS SPM Pamekasan upaya yang dilakukan yaitu memilih lokasi yang strategis yang dekat dengan pusat kota dan alun-alun kota serta jalan raya. serta tempat ini mudah ditemukan dan berada di jalan raya lebih tepatnya berada dipusat kota dekat dengan toko samudra motor pamekasan

2. Peluang dan Tantangan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Dalam menjalankan strategi pemasaran (*Marketing Mix*) tentu akan menghadapi banyak kendala. Karena kendala merupakan suatu hambatan atau rintangan yang menghalangi jalannya pencapaian sasaran. Adapun kendala yang harus dihadapi terkait dengan strategi pemasaran tabungan haji pada PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu;

a. Strategi Produk

Peluang dalam produk tabungan haji di BPRS SPM Pamekasan yaitu nasabah

tabungan haji bank SPM Pamekasan mendapatkan banyak bonus dan diskon dengan memberikan lebih banyak bonus kepada nasabah yang menggunakan produk tabungan haji. Tantangan dalam strategi produk tabungan haji yaitu banyaknya bank atau pesaing lainnya yang juga memberikan bonus untuk nasabah pengguna produk tabungan haji sehingga dengan adanya tantangan tersebut bank SPM Pamekasan nantinya akan lebih meningkatkan nilai diskon sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan bank SPM Pamekasan.

b. Strategi Harga

Peluang dalam harga tabungan haji di BPRS SPM pamekasan yaitu dengan cara memperbanyak lagi diskon harga pada tabungan haji. Tantangan dalam strategi harga ini yaitu banyaknya bank lain yang juga melakukan bebas biaya administrasi.

c. Strategi Promosi

Tantangan dalam promosi tabungan haji di BPRS SPM Pamekasan yaitu dimana semakin banyak masyarakat mengetahui promosi tabungan haji di Bank SPM Pamekasan melalui media sosial. Tantangan dalam strategi promosi tabungan haji disini yaitu dalam strategi promosi tabungan haji disini yaitu belum optimal dalam mempromosikan produknya, masih belum menggunakan media elektronik dalam pemasarannya seperti televisi. selain itu juga belum adanya pemasangan sepanduk yang diletakkan di jalan raya sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk tabungan haji di PT BPRS SPM Pamekasan.

d. Strategi Tempat

Peluang dalam tempat pada BPRS SPM Pamekasan yaitu yang didapatkan Bank

SPM karena letaknya yang di pusat kota maka masyarakat mudah mengetahui letak Bank SPM Pamekasan. Tantangan dalam strategi tempat kedepannya untuk tempat lebih memperhatikan dan memperbaiki lagi mulai dari cover, tempat parkir dan tempat lainnya dan terdapat pada tempat bangunan SPM yang tidak terlalu begitu besar walaupun berada di pusat kota. kedepannya untuk tempat lebih memperhatikan dan memperbaiki lagi mulai dari cover, tempat parkir dan tempat lainnya.

