

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

PT BPRS Sarana Prima Mandiri atau yang lebih dikenal dengan sebutan bank syariah SPM adalah salah satu lembaga keuangan syariah milik pamekasan. Yang mana memiliki slogan yaitu Bersyariah Menuju Berkah dengan tujuan agar produk-produk lembaga keuangan ini dapat memberikan berkah sesuai dengan syariah. Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di wilayah Madura khususnya kota Pamekasan yang religius diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Madura dalam bertransaksi sesuai dengan syariat Islam.

PT BPRS Sarana Prima Mandiri ini resmi beroperasi pada tanggal 1 Juli 2008 berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia N0.10/41/KEP.GBI/2008 Jkt. Pada tanggal 19 Juni 2008 yang diresmikan oleh Ibu Hj. Siti Fajriyah selaku Deputy Gubernur Bank Indonesia. Awalnya, nama PT BPRS Sarana Pamekasan Membangun digunakan pada saat peresmiannya dan berkantor pusat di Jl. KH. Agus Salim No. 20 Pamekasan. Dengan dibukanya kantor cabang Bangkalan pada tahun 2011 maka nama bank tersebut akhirnya diubah menjadi PT BPRS Sarana Prima Mandiri pada tahun 2012.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> BPRS Sarana Prima Mandiri," Sejarah BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, diakses dari <https://banksyariahspm.co.id/sejarah/> pada tanggal 2 November 2022.

PT BPRS Sarana Prima Mandiri memiliki 1 Kantor Cabang di Jl. Trunojoyo No.56 Bangkalan dan 1 Kantor Kas di Jalan Raya Bandaran Pamekasan, yang bertujuan untuk mengajak kepada para muslimin dan muslimat untuk menabung dan berinvestasi di BPRS Sarana Prima Mandiri melalui produk Tabungan Wadi'ah, Tabungan Mudharabah dan Investasi berupa Deposito Mudharabah. Dana Tabungan dan investasi nasabah siap BPRS Sarana Prima Mandiri 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 akad Al Qard.<sup>2</sup>

Tahun 2017 tepatnya pada bulan Mei, perkembangan BPRS Sarana Prima Mandiri mulai terlihat, yaitu BPRS Sarana Prima Mandiri mengeluarkan produk baru yang bernama TABAROK, yaitu pembiayaan tanpa agunan barokah. Produk baru tersebut semakin berkembang dan membuat BPRS Sarana Prima Mandiri mulai bersaing dengan bank konvensional dan bank BPRS lainnya.

## **2. Visi dan Misi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

### **a. Visi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

Menjadi Bank Syariah yang dekat dengan masyarakat dan terpercaya dalam usaha syariah

---

<sup>2</sup> Ibid.

b. Misi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Memberi pelayanan yang mudah, cepat, dan terbaik kepada seluruh nasabah sesuai prinsip kehati-hatian serta senantiasa menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah.<sup>3</sup>

**3. Lokasi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

Lokasi BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan berada di Jl. KH. Agus Salim, Rw. 07, Barurambat Kota, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur. Kode Pos 69371.

**4. Struktur Organisasi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

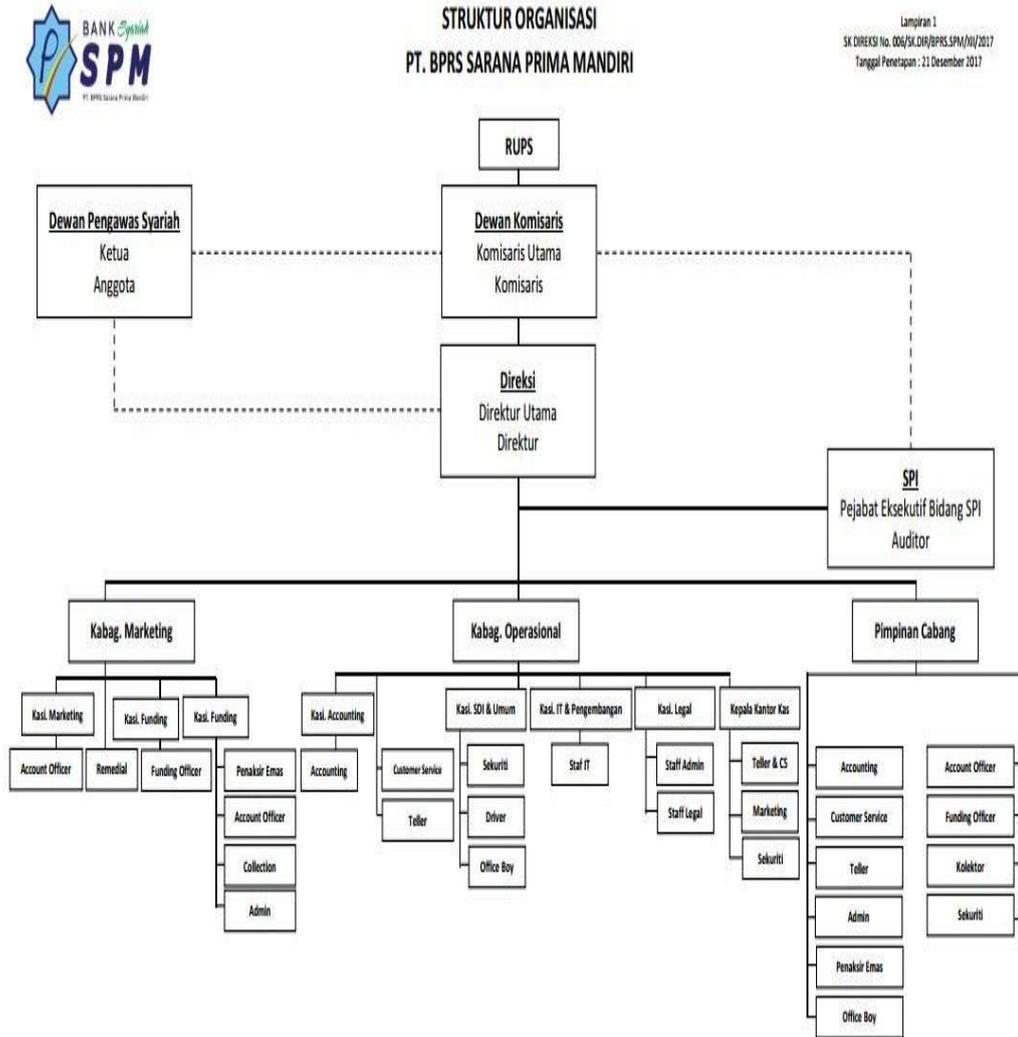
Struktur organisasi merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, dengan adanya struktur organisasi dapat mempermudah karyawan untuk melakukan pekerjaannya. Para karyawan akan mengetahui tugas dan tanggung jawab apa saja yang ada di perusahaan tersebut. Struktur organisasi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

---

<sup>3</sup> BPRS Sarana Prima Mandiri, “Visi-Misi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan”, diakses dari <http://banksyariahsprm.co.id/visi-misi/>, pada tanggal 18 November 2022 pukul 22.20.

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**



**Sumber: Data Penelitian, Dokumen, PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, 2022.**

## **5. Tugas Struktur Organisasi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

Berdasarkan struktur organisasi di atas dapat dijelaskan tugas dan tanggung jawab masing-masing yaitu:<sup>4</sup>

- a. Komisaris
  - 1) Komisaris bertugas mengawasi pelaksanaan tugas direksi.
  - 2) Memberi pertimbangan (persetujuan atau menolak) terhadap usulan-usulan yang diajukan direksi menyangkut permohonan pembiayaan yang melampaui wewenang direksi, pengeluaran biaya dan pengambilan kebijakan-kebijakan.
  - 3) Menyampaikan laporan-laporan pengawasan yang dilakukan komisaris ke Bank Indonesia secara berkala (setiap 6 bulan).
- b. Direksi
  - 1) Direksi dipilih dan diberhentikan oleh RUPS.
  - 2) Direksi bertanggung jawab kepada komisaris dalam semua kegiatan operasional BPRS.
  - 3) Direksi mempunyai tugas untuk menyusun rencana strategis perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.
- c. Dewan Pengawas Syariah
  - 1) Menyusun pedoman-pedoman menyangkut prinsip syariah bagi kegiatan operasional BPRS.

---

<sup>4</sup> PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, "Observasi Langsung", (Senin 24 Oktober 2022).

- 2) Mengawasi operasional BPRS agar tidak melanggar prinsip syariah.
- 3) Memberikan pendapat hukum syariah atas pertanyaan-pertanyaan maupun permasalahan syariah yang disampaikan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri.

d. SPI

- 1) Mengawasi kebijakan direksi dalam menjalankan bank, serta memberikan usulan pengembangan kepada direksi melalui Dewan Komisaris.
- 2) Mengawasi pelaksanaan anggaran dasar, peraturan internal BPRS, pengaturan perusahaan, pedoman operasional, pedoman pembiayaan, pedoman SPI, pelaksanaan kebijakan penerapan PPAPU dan PPT atau Prinsip Mengenal Nasabah yang dilakukan oleh direksi dan satuan kerja unit lainnya.

e. Kepala Bagian Operasional

Kepala bagian operasional mempunyai fungsi sebagai koordinator petugas operasional bank dan memberikan arahan pelaksanaan operasional bank. Untuk dapat melaksanakan fungsi sebagaimana yang dimaksud, maka tugas dari kepala bagian operasional antara lain sebagai berikut:<sup>5</sup>

- 1) Mengkoordinir pelaksanaan operasional pada masing-masing petugas yang berada di bawahnya, yaitu Kepala Kantor Kas, *Teller*, Pembukuan, *Customer Service*, Petugas Legal, Petugas Teknologi Informasi dan Umum.

---

<sup>5</sup> Ibid.

- 2) Mengkoordinir mengarahkan petugas yang berkaitan dengan pembuatan laporan baik laporan intern maupun laporan yang diwajibkan oleh Bank Indonesia, yaitu Laporan Bulanan, Laporan Triwulanan, Laporan Semester, Laporan Tahunan, dan Laporan Sistem Informasi Debitur maupun Laporan yang diwajibkan oleh Lembaga Penjamin Simpanan.
- 3) Memberikan laporan kepada direksi tentang semua kegiatan yang berada di bawah koordinasinya.

f. *Customer Service (CS)*

*Customer Service* memiliki fungsi memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah ataupun calon nasabah, melayani nasabah sesuai aturan SLA, dan memberikan dukungan kepada SBO, Operation Manager, Pimpinan Cabang.

*Customer Service* memiliki tanggung jawab utamanya adalah sebagai berikut:<sup>6</sup>

- 1) Melayani nasabah memberikan informasi produk dan layanan serta melaksanakan melaksanakan transaksi operasional sesuai dengan kewenangannya, berdasarkan intruksi nasabah dan kebijakan serta aturan yang ditetapkan.
- 2) Sebagai petugas yang menerima dan menangani keluhan nasabah serta melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk penyelesaian.

---

<sup>6</sup> Ibid.

- 3) Memperhatikan dan menjaga kebersihan lingkungan kerja terutama tempat kerja, tempat tunggu nasabah, tempat brosur, dan *arena banking hall*.

g. *Teller*

*Teller* memiliki tugas dan fungsi utama yaitu merencanakan dan melaksanakan seluruh transaksi yang bersifat tunai.

Tanggung jawab seorang *Teller* yaitu sebagai berikut:<sup>7</sup>

- 1) Mengelola fisik kas dan terjaganya keamanan kas.
- 2) terselesaikannya laporan kas harian.
- 3) Tersedianya laporan arus kas pada akhir bulan untuk keperluan evaluasi.
- 4) Menerima setoran dan penarikan tabungan serta simpanan berjangka.

h. *Accounting* / Pembukuan

Fungsi utama dari *accounting* adalah mengelola administrasi keuangan sampai ke penyajian laporan keuangan.

Tanggung jawab dari *accounting* adalah:

- 1) Pembuatan laporan keuangan
- 2) Pengarsipan laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan secara langsung dengan keuangan.
- 3) Menyiapkan laporan-laporan untuk keperluan analisis keuangan lembaga.
- 4) Mengeluarkan dan menyimpan uang ke brankas.

---

<sup>7</sup> Ibid.

i. *Appraisal*

- 1) Melaksanakan kegiatan administrasi appraisal, maupun hal-hal lain yang berkaitan dengan appraisal.
- 2) Selalu menjunjung tinggi nilai syariah dalam menjalankan tugas appraisal jaminan dan melaporkan hasilnya dengan penuh tanggung jawab.

j. *Administrasi Pembiayaan*

Tugas-tugas administrasi pembiayaan diantaranya penyiapan administrasi pencairan pembiayaan (dropping) dan melakukan proses dropping, memeriksa kelengkapan administrasi mitra yang akan dropping, membuat akad pembiayaan, tanda terima jaminan, kartu angsuran dan pengawasan, membacakan akad dan mengisikan buku registrasi kepada mitra pembiayaan.

k. *Security*

Bertanggung jawab dan melaksanakan tugas pengamanan bank, meliputi halaman, gedung, dan peralatan kantor dan seluruh asset bank.

l. *Office Boy (OB)*

Melakukan tugas perawatan, pemeliharaan, kebersihan, kerapian, dan keindahan kantor bank meliputi halaman, gedung, dan peralatan kantor bank dengan penuh tanggung jawab dan kedisiplinan yang tinggi.<sup>8</sup>

m. *Driver*

---

<sup>8</sup> Ibid.

Mengemudikan kendaraan kantor setiap ada urusan kantor, baik didalam maupun diluar kota, serta melakukan pemeliharaan dan perawatan kendaraan kantor.

n. Kepala Bagian Marketing

Fungsi kepala bagian marketing adalah merencanakan, mengarahkan serta mengevaluasi target financing dan funding serta memastikan strategi yang digunakan sudah tepat dalam upaya mencapai sasaran termasuk dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah.<sup>9</sup>

Tanggung jawab kepala bagian marketing antara lain:

- 1) Tercapainya target pemasaran baik *funding*, *financing* maupun *collecting*.
- 2) Terselenggaranya rapat pemasaran dan terselesaikan permasalahan ditingkat pemasaran.
- 3) Menilai dan mengevaluasi kinerja bagian pemasaran (marketing).

o. AO *Funding*

- 1) Memasarkan produk tabungan, dan jasa bank lainnya sesuai kebutuhan nasabah serta untuk meningkatkan keuntungan bagi bank.
- 2) Menawarkan dan menjual produk dengan mengedepankan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Melaksanakan PPAPU dan PPT atau Prinsip Mengenal Nasabah.

p. AO *Lending*

---

<sup>9</sup> Ibid.

- 1) Memasarkan produk pembiayaan antara lain murabah, ijarah, mudharabah, qardh, dan rahn atau produk lainnya sesuai kebutuhan nasabah untuk meningkatkan keuntungan bagi bank terutama dalam mencapai kepuasan nasabah.
- 2) Menawarkan dan menjual produk dengan mengedepankan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Melaksanakan PPAPU dan PPT atau Prinsip Mengenal Nasabah.

q. Rahn

Melaksanakan tugas menaksir barang gadai (rahn), menyimpan barang gadai (rahn) yang telah disediakan kantor dengan aman dan memasarkan produk rahn.<sup>10</sup>

r. Kolektor

Kolektor mempunyai fungsi melayani pengajuan pembiayaan, melakukan analisis kelayakan serta memberikan rekomendasi, melayani permohonan penyimpanan dana, melakukan sosialisasi seluruh produk perbankan dan melakukan upaya kerjasama atau sindikasi dengan pihak atau lembaga lainnya.

Tanggung jawab kolektor antara lain:

- 1) Memastikan seluruh pembiayaan telah diproses sesuai proses yang sebenarnya.
- 2) Memastikan analisa pembiayaan telah dilakukan dengan tepat dan lengkap sesuai dengan kebutuhan dan mempersentasikan dalam rapat komite.

---

<sup>10</sup> Ibid.

- 3) Memastikan proses penyimpanan dana telah dilakukan dengan tepat dan lengkap sesuai dengan sistem dan prosedur yang dimiliki.

## **6. Produk Dan Layanan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

Terdapat berbagai macam produk tabungan dan layanan yang disediakan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan diantaranya sebagai berikut: <sup>11</sup>

- a. Produk Tabungan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

- 1) Tabungan Multiguna

Tabungan khusus perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keungan sehari-hari, tabungan ini sangat fleksibel penyetoran dan penarikannya. Dengan menggunakan akad *wadiah*.

Adapun keunggulan produk tabungan multiguna adalah:

- a) Setoran awal yang ringan yaitu Rp. 25.000
- b) Bebas biaya administrasi tiap bulan
- c) Aman dan terjamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
- d) Transfer online antar Bank (bekerja sama dengan Bank Danamon Syariah)

Disamping itu ada syarat dan ketentuan dari BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang harus dipenuhi yaitu, melampirkan fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) / SIM / Paspor.

---

<sup>11</sup> BPRS Sarana Prima Mandiri, “*Produk dan Layanan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan*”, diakses dari <http://banksyariahsmpm.co.id/produk-layanan/>, pada tanggal 18 November 2022 pukul 23.08

## 2) Tabungan Taubah

Tabungan taubah merupakan simpanan yang dikhususkan bagi calon jemaah haji reguler yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH), menggunakan akad Wadi'ah.<sup>12</sup>

Adapun keunggulan produk ini adalah:

- a) Setoran awal yang ringan mulai dari RP.100.000
- b) Setoran selanjutnya minimal Rp.50.000
- c) Bebas menambahkan saldo setiap saat
- d) Gratis biaya administrasi
- e) Pemotongan untuk zakat secara otomatis diambil dari bonus yang didapatkan.
- f) Dapat secara *online* bertransaksi melalui kantor cabang BPRS Sarana Prima Mandiri.
- g) Transaksi *online* dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kepastian porsi keberangkatan haji (bekerja sama dengan BMI dan Bank Jatim Syariah)
- h) Kemudahan dalam merencanakan persiapan haji
- i) Dapat dibukukan untuk anak-anak

Namun selain itu terdapat pula persyaratan dan ketentuan dari BPRS Sarana Prima Mandiri yang harus dipenuhi yaitu, melampirkan fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) / SIM /

---

<sup>12</sup> <https://banksyariahsmpm.co.id/produk-layanan/tabungan-taubahhaji/> (di akses pada tanggal 18 November 2022 pukul 23.10)

Paspor kemudian melampirkan fotokopi Kartu Keluarga untuk pembukuan rekening bagi anak-anak.

### 3) Tabungan Tarbiyah

Program khusus dari BPRS Sarana Prima Mandiri dengan menggunakan akad Mudharabah Mutlaq untuk sekolah atau lembaga pendidikan bagi siswa-siswi SD, MI, MTs, SMP, SMA.

Adapun keunggulan tabungan ini adalah<sup>13</sup>

- a) Setoran awal yang ringan RP.25.000
- b) Bebas biaya administrasi bulanan
- c) Bagi hasil besar dan kompetitif
- d) Aman dan terjamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan)
- e) Mendapatkan fasilitas buku tabungan siswa
- f) Mendapatkan fasilitas banner pendidikan
- g) Beasiswa pendidikan bagi siswa-siswi yang berprestasi

Namun terdapat syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi yaitu, melampirkan fotokopi Kartu Tanda Penduduk / SIM / Paspor.

### 4) Tabungan Qurban

Tabungan qurban diperuntukan bagi nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri yang berniat untuk berqurban pada saat

---

<sup>13</sup> <https://banksyariahsmp.co.id/produk-layanan/tabungan-tarbiyah/> (di akses pada tanggal 18 November 2022 pukul 23.12)

Idul Adha, dengan menggunakan akad mudharabah. Tetapi tabungan ini tidak dapat ditarik kapan saja.<sup>14</sup>

Adapun keunggulan program ini adalah:

- a) Setoran awal minimum Rp. 25.000
- b) Setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000
- c) Bebas menambahkan saldo kapan saja
- d) Gratis biaya administrasi bulanan
- e) Kemudahan dalam merencanakan qurban saat Idul Adha
- f) Pemotongan otomatis zakat dari bagi hasil yang didapatkan
- g) Dapat dibukukan untuk anak-anak

Untuk membuka tabungan qurban ini syarat dan ketentuannya cukup dengan melampirkan fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) / SIM / Paspor pada saat membuka tabungan dan untuk pembukaan tabungan bagi anak-anak harus melampirkan fotokopi Kartu Keluarga.

## 5) Deposito

Produk investasi berjangka dengan menggunakan akad mudharabah mutlaqah (bagi hasil) diperuntukan bagi nasabah perorangan maupun perusahaan dengan nisbah sesuai pilihan

---

<sup>14</sup> <https://banksyariahspm.co.id/produk-layanan/tabungan-qurban/> (di akses pada tanggal 18 November 2022 pukul 23.13)

yang telah disepakati. Bagi halal yang halal dan menguntungkan.<sup>15</sup>

Adapun keunggulan produk ini adalah:

- a) Aman dan terjamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
- b) Pemotongan zakat dilakukan otomatis dari bagi hasil yang didapatkan
- c) Bagi hasil yang kompetitif
- d) Bagi hasil yang didapatkan otomatis dipindahkan ke rekening tabungan multiguna.
- e) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan
- f) Dapat secara otomatis diperpanjang dengan nisbah bagi hasil yang sesuai dan berlaku pada saat diperpanjang.
- g) Pilihan jangka waktu:
  - Nisbah 47:53 (12 bulan)
  - Nisbah 43:57 (6 bulan)
  - Nisbah 38:62 (3 bulan)
  - Nisbah 35:65 (1 bulan)

Adapun syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi yaitu, untuk nasabah perorangan melampirkan fotokopi Kartu Tanda Penduduk / SIM / Paspor. Sedangkan untuk nasabah non perorangan melampirkan dokumen sesuai dengan ketentuan yang berlaku di BPRS Sarana Prima Mandiri. Dan juga syarat

---

<sup>15</sup> <https://banksyariahspm.co.id/produk-layanan/deposito/> (di akses pada tanggal 18 November 2022 pukul 23.15)

membuka tabungan ini harus memiliki rekening tabungan multiguna.

b. Produk Pembiayaan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

1) Pembiayaan Modal Usaha Syariah

Pembiayaan ini merupakan fasilitas penyediaan untuk keperluan produktif seperti tambahan modal usaha, skim pembiayaan adalah bagi hasil (musyarakah), akad bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati antara bank dengan nasabah atas usaha yang dibiayai dengan jangka waktu maksimal 5 tahun.<sup>16</sup>

2) Pembiayaan Konsumtif Lainnya

Pembiayaan ini merupakan fasilitas penyediaan dana untuk keperluan konsumtif seperti transaksi jual beli barang sebesar harga pokok di tambah margin berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara BPRS dengan nasabah yang mewajibkan nasabah untuk melunasi hutang / kewajibannya, misalnya pembelian bahan bangunan, peralatan elektronik, kendaraan bermotor dan lain-lain.<sup>17</sup>

3) Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan multijasa merupakan penyediaan dana dalam rangka pemindahan manfaat atas jasa dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (ujroh). Skim pembiayaan adalah sewa

---

<sup>16</sup> <https://banksyariahsmp.co.id/produk-layanan/pembiayaan-modal-usaha-syariah/> (di akses pada tanggal 18 November 2022 pukul 23.17)

<sup>17</sup> <https://banksyariahsmp.co.id/produk-layanan/pembiayaan-konsumtif-lainnya/> (di akses pada tanggal 18 November 2022 pukul 23.18)

(ijaroh) atas jasa biaya berobat dan biaya pendidikan perguruan tinggi, dengan jangka waktu maksimal 5 tahun cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu tersebut.

#### 4) TABAROK (Tanpa Agunan dan Barokah)

Solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, dan sesuai dengan syariat.

Keunggulan : Cepat karena dalam hitungan jam sudah bisa cair, Mudah karena hanya menyiapkan Kartu Tanda Penduduk yang berlaku dan tanpa jaminan. Dan juga mendapatkan cashback 75% dari pokok ketika sudah lunas, halal barokah dan bebas riba sesuai dengan syariat islam (akad mudharabah / bagi hasil).<sup>18</sup>

#### 5) Gadai Emas iB

Gadai Emas iB hadir untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman dan sesuai syariah.

Manfaat : mudah pencairannya, murah biaya penitipannya, aman dan sesuai syariat.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> <https://banksyariahspm.co.id/produk-layanan/pembiayaan-tanpa-agunan/> (di akses pada tanggal 18 November 2022 pukul 23.19)

<sup>19</sup> <https://banksyariahspm.co.id/produk-layanan/gadai-emas-ib/> (di akses pada tanggal 18 November 2022 pukul 23.23)

Produk yang paling banyak di minati di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan adalah Tabungan Multiguna. Yang mana hal tersebut dibuktikan dengan jumlah nasabah terbanyak dibandingkan produk-produk lainnya.

Bisa dilihat perbandingan jumlah nasabah pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.1**

**Jumlah Nasabah Produk-Produk Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan Tahun 2022**

No.	Produk	Jumlah Nasabah
1.	Tabungan Multiguna	7.638
2.	Deposito	2.826
3.	Taubah	579
4.	Gadai Emas	1.015
5	Tabarok	2.449

Sumber: Ikbal, Kepala Bagian *Marketing Funding* BPRS SPM Pamekaasan, wawancara langsung (23 Desember 2022)

## **B. Paparan Data dan Fokus Penelitian**

Setelah melakukan penelitian lapangan baik secara obsrvasi, wawancara, serta hasil dokumentasi, pada bagian ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian tersebut. Tujuan pemaparan hasil penelitian ini untuk memberikan jawaban secara menyeluruh mengenai direct marketing sebagaimana telah dirumuskan dalam fokus penelitian.

### **1. Bagaimana penerapan *Direct Marketing* dalam upaya**

## **peningkatan jumlah nasabah pada tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

Direct Marketing atau lebih dikenal dengan sebutan pemasaran langsung adalah salah satu cara atau strategi pemasaran untuk memasarkan produk yang lebih mengandalkan saluran-saluran langsung kepada konsumen dalam kegiatan pemasarannya untuk menjangkau dan menyerahkan barang dan jasa tanpa menggunakan perantara pemasaran. Ketika menerapkan direct marketing, tujuannya tidak hanya untuk memasarkan, mempromosikan atau menjual produk tetapi juga untuk menjaga komunikasi, membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan agar tetap terjalinnya tali silaturahmi baik dengan nasabah maupun calon nasabah.

Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh Ikbal selaku Kepala Bagian *Marketing Funding*:

“Seluruh karyawan baik operasional maupun marketing memiliki tugas untuk menjual apa yang kita pasarkan, kita menjual produk, bagaimana caranya agar produk kita itu bisa diterima baik oleh masyarakat, jadi kita semua harus bergerak agar produk kita lebih banyak diminati atau banyak peminatnya, maka di BPRS Sarana Prima Mandiri ini lebih menerapkan pemasaran langsung, jadi kami menawarkan produk kepada nasabah secara langsung yaitu tatap muka, kemudian nasabah dapat menghubungi kami, jadinya silaturahmi dan komunikasi akan tetap terjaga dan bisa juga dengan menerapkan pemasaran langsung ini, kita bisa membangun dan menambah relasi, komunikasi jadi tidak terputus begitu saja. Istilahnya sana kayak jemput bola, jangan nunggu nasabah datang ke kita tapi kita yang mendatangi nasabah agar produk-produk kita terjual dan penggunaanya semakin banyak, sama juga meskipun ke ke calon nasabah kita tetap menawarkan, menjelaskan dan memberikan edukasi mengenai produk-produk yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri ini dengan detail dan sabar, kita cekoki terus lama-lama si calon nasabah ini akan tertarik juga.”<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Ikbal, Kabag Funding BPRS SPM Pamekasan, wawancara langsung, (18 November 2022)..

Ira selaku *Customer Service* yang melayani nasabah juga menambahkan sebagai berikut:

”BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan itu memang dalam pelayanannya kepada nasabah lebih mengutamakan pemasaran langsung yaitu tatap muka langsung ke nasabah, dibandingkan menggunakan media atau perantara lebih banyak ke face to face, antara karyawan dengan nasabah maupun calon nasabah. Tetapi BPRS Sarana Prima Mandiri tetap menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk-produk kita. Apalagi disini ada kendaraan seperti Bahkan punya mobil kas jadi ya lebih mempermudah karyawan untuk mendatangi langsung ke nasabah sesuai sama tujuannya sendiri untuk menjaga silaturahmi.”<sup>21</sup>

Sama halnya dengan yang disampaikan oleh Umamah selaku salah satu nasabah terkait dengan penerapan pemasaran langsung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu:

“Saya Umamah, saya bekerja sebagai seorang guru TK, kurang lebih sudah 4 tahun saya sudah menjadi nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan ini, karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan itu sangat bagus dan efektif bagi saya yang memiliki kesibukan seperti ini, jadi di BPRS ini awalnya saya dapat brosur dari pegawai disana namun saya belum tertarik lama kelamaan terus kok saya merasa tertarik lalu saya menghubungi nomor yang tertera, disitu pihak BPRS Sarana Prima Mandiri sangat ramah, dan menawarkan untuk datang ke rumah saya, tanpa perlu saya repot-repot ke kantor jadilah nasabah saat itu sampai saat ini.”<sup>22</sup>

Berdasarkan penyampaian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan *direct marketing* sangat penting untuk diterapkan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, sehingga produk yang dimiliki oleh BPRS SPM Pamekasan dapat dengan mudah dikenali oleh masyarakat khususnya nasabah dan calon nasabah yang ingin mengetahui dikenali

---

<sup>21</sup> Ira, *Customer Service* BPRS SPM Pamekasan, wawancara langsung, (1 November 2022).

<sup>22</sup> Umamah, Nasabah Tabungan Multiguna, wawancara langsung (16 November 2022).

lebih jauh terkait dengan produk-produk yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

Selain itu, *direct marketing* yang diterapkan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan didasarkan oleh rasa kekeluargaan, istilahnya adalah jemput bola, artinya BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan bergerak terlebih dahulu, melakukan pendekatan karena selain memasarkan dan mempromosikan tujuan lain yang dapat dicapai adalah terjalinnya silaturahmi, menjaga komunikasi dan memperbanyak relasi.

Kemudian Ikbal selaku Kepala Bagian Funding juga memaparkan terkait dengan cara BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memasarkan produk Tabungan Multiguna agar nasabah tertarik dan berkenan menggunakan produk tersebut;

”Kita mempromosikan Tabungan Multiguna ini awalnya melalui sosial media yang dimiliki BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan maupun sosial media pribadi teman teman karyawan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan seperti instagram, whatsapp, *website*, namun yang paling utama itu dengan langsung mendatangi orangnya istilahnya kalau di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sendiri itu *door to door*, kadang juga bisa melalui sosialisasi ke suatu tempat seperti yang kita lakukan waktu kamu magang kita sosialisasi ke SDN Jungcangcang 3 disana kita bukan hanya mencari 1 nasabah tetapi juga seluruh guru yang ada disana, kaya istilah pribahasa sekali mendayung dua tiga pulau terlampaui. Jadi sekali *door to door* untuk sosialisasi kita bisa dapat banyak nasabah baru. Saat kita mempromosikan produk Tabungan Multiguna kita menjelaskan kelebihan dan keunggulan dari produk tersebut, kita membangun hubungan emotional yang baik dengan nasabah. Kemudian kalau kita sudah melakukan *door to door* sebisa mungkin kita berusaha untuk mendapatkan nomor hpnya, karena *follow up*nya kita itu melalui telepon, lewat email, ataupun nantinya nasabah yang menghubungi kita, yang tanya-tanya gitu. Jadi intinya melalui telepon itu hanya perantara saja. Tetapi yang utama adalah tatap muka, walaupun dalam penerapannya membutuhkan waktu yang lumayan lama karena kita harus mengunjungi rumah nasabah, maupun calon

nasabah yang ditargetkan satu-satu namun insyaallah membuahakan hasil.”<sup>23</sup>

Dan ditambahkan penjelasan oleh Ira selaku *Customer Service* sebagai berikut:

“Pemasaran produk Tabungan Multiguna ini pertama-tama dilakukan ke orang-orang terdekat dahulu melalui media sosial yang dimiliki SPM atau milik pribadi, kadang juga secara *face to face*, misalnya ketika ada nasabah datang kemari untuk bertanya-tanya tentang produk SPM karena pernah dengan mendengar informasi tentang SPM tapi belum jelas, namun sebelum itu saya melakukan basa-basi terlebih dahulu ke nasabah seperti mengulik lebih dalam terkait dengan pekerjaan nasabah tersebut kesehariannya maupun hal yang ringan-ringan saja, ketika orang tersebut mulai nyaman ngobrol-ngobrolnya barulah kemudian saya jelaskan *benefit* yang didapat bagaimana, tentunya kita sebutkan juga keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk Tabungan Multiguna, karena *customer service* tugasnya di bagian *frontliner* terbatas dan tidak bisa berpindah tempat seperti bagian marketing dan karyawan lainnya yang bisa mendatangi tempat nasabah, maka saya bisa mempromosikan dan membantu memasarkan produk Tabungan Multiguna ini ya melalui cara seperti yang sudah saya sebutkan tadi.”<sup>24</sup>

Selanjutnya Ikbal menjelaskan bagaimana tahapan dan mekanisme menjadi nasabah baru tabungan multiguna di BPRS Sarana Pruma Mandiri Pamekasan:

”Setelah kita mempromosikan produk Tabungan Multiguna ini dan kemudian ada nasabah yang berminat menjadi nasabah tabungan multiguna ini pertama harus menyiapkan berkas-berkas yang diperlukan agar mempermudah nasabah untuk membuka rekening. Berkas yang diperlukan sangat mudah yaitu hanya KTP, Nama ibu kandung dan nomor HP, sedangkan jika kolektif dari sekolah hanya perlu ditambah NPWP sekolah. Dengan setoran awal minimal 25.000, nasabah sudah memiliki buku tabungan. Setoran awal yang sangat murah merupakan keunggulan dari produk tabungan multiguna. Dan juga bebas biaya administrasi setiap bulannya Nah kalau nasabah itu khususnya kita selaku masyarakat Madura terlebih lagi kita kan promosinya itu *door to door* kita silaturrohim, banyak silaturrahmi meskipun kita juga sudah promosi lewat media, tapi kita lebih intens silaturahmi atau *door to door* ini jadi semisal ada nasabah mau

---

<sup>23</sup> Ikbal, Kabag Funding BPRS SPM Pamekasan, wawancara langsung, (18 November 2022).

<sup>24</sup> Ira, *Customer Service* BPRS SPM Pamekasan, wawancara langsung, (1 November 2022).

menabung atau membuka tabungan multiguna ya kita yang memproseskan, karena nasabah itu kan kadang punya kesibukan entah bekerja atau apa, makanya kita minta KTPnya, kita isi formnya, tanda tangan nasabah, kemudian kita buat slip tabungan, slip ini ada dua, yang satu dipegang oleh nasabahnya yang satu lagi dibawa oleh marketingnya untuk proses pembukaan rekening. Jadi nasabah itu sudah punya bukti kalau dia sudah buka rekening tabungan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan tanpa perlu ke kantor SPM langsung.”<sup>25</sup>

Dari penuturan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam pemasaran Tabungan Multiguna hal pertama kali yang dilakukan oleh karyawan atau elemen kantor BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pertama adalah dengan mempromosikan melalui media namun hal yang utama adalah dengan melakukan pendekatan secara personal khususnya bagian marketing maupun customer service yang mana dalam hal ini BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memiliki suatu program yaitu door to door artinya marketer disini mendatangi langsung rumah nasabah maupun calon nasabah yang tertarik atau yang sudah menjadi target pemasaran untuk kemudian menawarkan produk tabungan multiguna dengan berbagai keunggulan yang dimiliki, hal ini sama dengan salah satu jenis direct marketing yaitu penjualan tatap muka artinya karyawan khususnya *customer service* dan *marketer* disini berhadapan langsung dengan nasabah untuk memasarkan produknya.

Selanjutnya, untuk menjadi nasabah pengguna tabungan multiguna cukup mudah bahkan bisa dikatakan sangat mudah yaitu hanya menyiapkan KTP, dan Nama ibu kandung, serta nomor telepon yang bisa

---

<sup>25</sup> Ikbal, *Kabag Funding BPRS SPM Pamekasan, wawancara langsung*, (18 November 2022).

dihubungi. Sedangkan jika dilakukan secara kolektif atau dari lembaga misalnya lembaga keuangan hanya perlu menyiapkan NPWP Sekolah, KTP, Nama ibu kandung, dan nomor Hp nasabah yang bisa dihubungi. Dengan setoran awal minimal 25.000 saja sudah bisa memiliki rekening tabungan multiguna dan bebas biaya administrasi tiap bulannya Fasilitas kantor yang dimiliki seperti mobil kas juga sangat membantu dalam proses pemasaran dan transaksi yang dilakukan, karena hal tersebut dapat menyebabkan efektifitas atau efisiensi waktu.

Ikkal kemudian menambahkan lagi, apa alasan BPRS Sarana Prima Mandiri Pameksan memilih *direct marketing* sebagai strategi pemasaran, sebagaimana yang dituturkan oleh beliau:

”Karena sejalan dengan visi BPRS Sarana Prima Mandiri Pameksan untuk menjadi bank syariah yang dekat dengan masyarakat, maka *direct marketing* atau pemasaran langsung dipilih untuk menjangkau masyarakat secara langsung khususnya nasabah maupun calon nasabah, dan interaksi memang menjadi hal yang utama, selain itu dijunjungnya rasa kekeluargaan dengan silaturahmi juga menjadi alasan dibalik strategi pemasaran ini. Dengan strategi ini juga karyawan lebih mudah untuk membangun hubungan emosional dengan nasabah, kemudian dengan adanya pemasaran langsung ini nasabah menjadi lebih mengerti terkait produk- produk yang kita tawarkan, karena pada saat mempromosikan kita menjelaskannya secara detail, dan karena kalau melalui media itu kurang bisa dipahami, jadi kita langsung datangi rumahnya atau *door to door*, kita silaturahmi, kita jelaskan, disamping itu juga kita bisa melatih kemampuan untuk public speaking perbendaharaan dan kosakata yang baik, bagaimana cara negosiasi dengan calon nasabah supaya nasabah tersebut tertarik seperti itu, jadi lebih efektif untuk melakukan direct marketing karena memang kita juga bisa tau karakternya calon nasabah seperti apa, kebutuhannya, juga ketika ada pertanyaan kita langsung bisa paham dan langsung bisa menjawab, jadi dirasa sangat efektif apabila menggunakan pemasaran langsung ini menjadi strategi pemasaran.”<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Ibid.

Selanjutnya, peneliti juga mewawancarai salah satu nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu Shofa yang telah menjadi nasabah kurang lebih 3 tahun beliau mengatakan

“Saya menjadi nasabah karena awalnya saya pertama kali mengetahui tentang BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan itu dari teman saya, kemudian tentu saja karena berprinsip syariah, apalagi sepertinya angsuran-angsurannya itu ringan, keuntungan yang didapat juga sepertinya bagus-bagus, jadi saya merasa tertarik, jadi saya menghubungi pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, sepertinya nomor tersebut langsung terhubung ke bagian marketing, saya bilanglah bahwa saya tertarik tapi saya belum ada waktu untuk datang ke BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan tersebut kemudian dari pihak marketing tersebut menawarkan untuk datang ke rumah saya, dan memang pelayanannya itu sangat bagus mulai dari marketer yang menjelaskan dengan detail produk-produknya, enak diajak ngobrol, tanggap ketika saya ada pertanyaan, kemudian memang rasanya sudah akrab ya begitu, karena pembawaannya yang memang enak, dan juga proses transaksinya yang memang diuruskan oleh pihak BPRS SPM Pamekasan itu jadi cepat menurut saya.”<sup>27</sup>

Terakhir Ikbal menjelaskan mengenai bentuk-bentuk *direct marketing* yang digunakan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan:

“Pemasaran langsung yang digunakan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan ini ya banyak, yang utamanya itu tadi penjualan tatap muka atau kalau di BPRS Sarana Prima Mandiri itu *door to door* kemudian ada *direct mail* jadi kita itu memasarkan produk-produk itu dari email juga, jadi kita kirim pesan ke email nasabah, kemudian ada telemarketing jadi melalui telepon seperti *follow up* gitu lewat telepon, terus mempromosikan juga lewat telepon, kadang ada juga nasabah yang merasa tertarik itu telepon juga, ada juga yang menanyakan hal-hal yang tidak dimengerti atau menjadi rasa penasaran di diri nasabah lewat telepon ke BPRS Sarana Prima Mandiri pamekasan itu, jadi memang banyak jenis pemasaran langsung yang digunakan tapi tetap tatap muka dalam penerapannya yang paling banyak digunakan, istilahnya tujuan utamanya ya silaturahmi itu tadi.”<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Shofa, Nasabah Tabungan Multiguna, *wawancara langsung* (16 November 2022).

<sup>28</sup> Ikbal, *Kabag Funding BPRS SPM Pamekasan, wawancara langsung*, (18 November 2022).

Kemudian hal tersebut dibenarkan oleh Ira selaku *Customer Service* beliau mengatakan:

“Bentuk *direct marketing* yang digunakan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan itu *face to face selling* (penjualan tatap muka) yang utama, khususnya bagi saya yang memang berhadapan langsung dengan nasabah ditempat dan pada saat itu juga, kemudian ada email, dan *telemarketing* yaitu tele-jangkauan dan layanan pelanggan dan dukungan teknis, jadi kadang kita itu menerima telepon seperti menjawab pertanyaan-pertanyaan layanan dan teknis yang berhubungan dengan penggunaan produk tersebut, nah untuk alat pemasaran langsung ini seperti brosur itu memang kita sediakan, lalu kemudian sosial media, radio, website BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang sudah tersedia dan bisa di *search* oleh nasabah, tapi saya rasa yang paling berpengaruh dan banyak berhasil adalah *face to face selling* ini, karena nasabah tu bisa langsung bertanya terkait dengan produk tersebut dan kita bisa menjelaskan secara detail seperti itu.”<sup>29</sup>

Menurut penjelasan narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa alasan dipilihnya *direct marketing* sebagai strategi pemasaran di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan adalah karena penerapannya yang sesuai dengan visi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sendiri yaitu Menjadi Bank Syariah yang dekat dengan masyarakat dan terpercaya dalam usaha syariah, kemudian karena berinteraksi langsung dengan masyarakat khususnya nasabah dapat menciptakan jalinan silaturahmi, dan dengan strategi ini nasabah menjadi lebih mudah percaya dengan marketer, kemudian dengan diterapkannya pemasaran langsung dapat tercapainya keefektifan baik bagi nasabah maupun *marketer*, kemudian dengan seringnya berinteraksi langsung dengan nasabah dapat melatih kemampuan berbicara marketer dalam menarik minat nasabah maupun calon nasabah.

---

<sup>29</sup> Ira, *Customer Service BPRS SPM Pamekasan, wawancara langsung*, (1 November 2022).

Berdasarkan penjelasan diatas dapatkan diketahui ada beberapa bentuk direct marketing yang digunakan oleh BPRS SPM Pamekasan yang pertama ada penjualan tatap muka, yang mana penjualan tatap muka yang pada penerapannya adalah kunjungan yang dilakukan oleh BPRS SPM Pamekasan kepada nasabah maupun calon nasabah, *face to face selling* menjadi salah satu bentuk *direct marketing* yang utama digunakan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, salah satu program yang merupakan bentuk *direct marketing* ini adalah *door to door*, dalam penerapannya pihak bank khususnya bagian marketing/marketer secara langsung berhadapan dengan nasabah yaitu melalui bersilaturahmi dan berkunjung ke rumah nasabah maupun calon nasabah untuk kemudian memberikan penjelasan tentang produk yang ditawarkan. Selanjutnya ada *direct mail* yaitu aktivitas promosi barang atau jasa yang langsung ditujukan kepada konsumen atau pelanggan melalui *email*. Pada BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu melalui *email* [spm.pusat@gmail.com](mailto:spm.pusat@gmail.com) pihak bank mempromosikan produk-produk yang ada kepada nasabah potensial. Pada *email* tersebut berisikan brosur-brosur mengenai produk, kemudian program terbaru di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan seperti tabungan multiguna dan produk lainnya. Dan bentuk yang terakhir adalah *telemarketing* yaitu penjualan barang atau jasa melalui telepon secara langsung kepada konsumen. Jadi dalam dunia perbankan, pihak bank menawarkan produk-produknya melalui telepon, *telemarketing* ini terbagi menjadi dua yaitu tele-jangkauan dan layanan pelanggan dan dukungan teknis, tele-jangkauan merupakan melakukan

kontak dengan menelepon pelanggan untuk mempertahankan dan memelihara hubungan dengan pelanggan-pelanggan utama. Sedangkan layanan pelanggan dan dukungan teknis ini adalah menjawab pertanyaan-pertanyaan layanan dan teknis sehubungan dengan penggunaan produk/jasa.

## **2. Bagaimana efektivitas penerapan Direct Marketing dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

Dalam mengukur efektivitas penerapan *direct marketing* dalam upaya peningkatan jumlah pada tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan peneliti menganalisis dari data yang diperoleh pada saat melakukan wawancara yang dilakukan dengan Ikbal selaku Kepala Bagian Marketing *Funding* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

“Alhamdulillah dengan diterapkannya pemasaran langsung seperti *door to door* ini memberikan pengaruh yang baik, seperti jumlah nasabah produk tabungan multiguna ini bertambah banyak Kemudian apabila dalam satu bulan apa yang kita tawarkan dan lakukan dengan menggunakan pemasaran langsung ada peningkatanlah terhadap jumlah nasabah tabungan multiguna itu berarti bentuk-bentuk *direct marketing* yang kita lakukan itu berarti sudah begitu besar pengaruhnya kepada nasabah maupun calon nasabah secara khusus jadi hal tersebut akan memperoleh omset/pendapatan dari kita bagi hasil yang besar kepada nasabah dan apabila dalam mempromosikan tabungan multiguna mengalami penurunan dana maka kita harus melakukan evaluasi untuk pelaksanaan kedepannya. Jadi memang perlu adanya evaluasi entah dari segi produk maupun dari marketingnya sendiri.”<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Ikbal, *Kabag Funding BPRS SPM Pamekasan, wawancara langsung*, (18 November 2022).

Dari hasil wawancara tersebut dapat dibenarkan dengan data yang diperoleh peneliti di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melalui Bapak Ikbal selaku Kepala Bagian *Marketing Funding* yakni adalah data pertumbuhan jumlah nasabah tabungan multiguna sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Jumlah Pengguna Tabungan Multiguna BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2018	5.903
2.	2019	6.678
3.	2020	7.059
4.	2021	7.415
5	2022	7.638

Sumber: Ikbal, Kepala Bagian *Marketing Funding* BPRS SPM Pamekaasan, wawancara langsung (18 November 2022)

Pada tahun 2018 jumlah pengguna tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan adalah sebanyak 5.903, selanjutnya pada tahun 2019 bertambah menjadi sebanyak 6.678, bahkan pada tahun 2020 disaat adanya pandemi *covid-19* jumlah nasabah tetap mengalami peningkatan yaitu sebanyak 7.059, selanjutnya pada tahun 2021 mengalami peningkatan bertambah menjadi 7.415, dan perbulan

November yang diakses pada tanggal 18 jumlah nasabah tabungan multiguna sebanyak 7.636.

Tidak dapat dipungkiri, Strategi pemasaran *melalui direct marketing* ini berkaitan langsung dengan komunikasi pelanggan yang memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama, adanya keakraban dan pelayanan yang baik dengan masyarakat baik nasabah maupun calon nasabah juga menjadi salah satu faktor pendukung dalam penerapan *direct marketing* ini berhasil mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna.

Disamping itu nasabah yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank yang memang menjadikan pelayanan secara langsung atau *face to face selling* sebagai fokus utama ini tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut menceritakan hal baik yang didapat kepada calon nasabah yang lain dan secara tidak langsung hal ini dapat menyebabkan peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna.

Pernyataan diatas dapat diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Saleh selaku nasabah produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang mengatakan bahwa:

“Pertama kali saya tau SPM ini dari keponakan saya yang menjadi mahasiswa magang disana. Saya sudah 2 tahun menjadi nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri dan selama itu saya suka sekali proses pemasaran yang dilakukan karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, karena langsung menemui saya pada saat itu dan menjelaskan detail dan rinci tentang produk-produk yang ada disana kepada saya. Jadi saya waktu itu mengambil produk tabungan multiguna dan karyawannya memberikan pengetahuan kepada saya apa

itu tabungan multiguna, karena saya sama sekali tidak tau tentang itu. Awalnya saya ragu untuk mengambil produk tersebut namun karyawan disana menjelaskan kembali dengan jelas dan pelan-pelan Alhamdulillah saya menjadi paham konsep dari tabungan multiguna itu seperti apa dan saya cukup tertarik akan itu. Apalagi yang membuat saya yakin untuk menabung disana adalah sikap karyawannya apalagi bagian marketing yang ramah dan sopan serta melayani dengan baik sehingga ketika saya butuh sesuatu mereka langsung cepat melayaninya.”<sup>31</sup>

Dari beberapa informasi yang didapatkan dari hasil wawancara langsung dengan nasabah dapat disimpulkan bahwa penerapan *direct marketing* yang dilakukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pada tahun terakhir berdampak terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna. Hal ini dapat terjadi karena ditunjang oleh keaktifan para karyawan untuk mempromosikan produk tabungan multiguna khususnya para *marketer* kepada masyarakat baik itu nasabah maupun calon nasabah. Pihak *marketer* tidak hanya berdiam diri dan menunggu nasabah datang ke BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melainkan pihak *marketer* langsung mengambil langkah awal dengan mengunjungi rumah nasabah khususnya nasabah potensial maupun masyarakat yang merasa tertarik dengan produk tersebut untuk selanjutnya menindak lanjuti ketertarikan nasabah tersebut.

### **C. Temuan Penelitian**

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Selanjutnya peneliti akan memaparkan data sesuai dengan yang didapatkan dari lapangan

---

<sup>31</sup> Saleh, Nasabah Tabungan Multiguna, *wawancara langsung* (16 November 2022).

sehingga kemudian peneliti menemukan beberapa point yang dianggap penting sebagai temuan penelitian.

**1. Bagaimana penerapan *Direct Marketing* dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

Temuan penelitian tentang penerapan *direct marketing* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam peningkatan jumlah nasabah dari hasil wawancara yang diperoleh pada saat penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Implementasi *direct marketing* yang diterapkan di BPRS SPM Pamekasan yakni dengan strategi jemput bola, kekeluargaan dan silaturahmi. Strategi ini merupakan salah satu cara yang cukup berperan penting dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS SPM Pamekasan. *Door to door* menjadi salah satu strategi khusus yang dimiliki oleh BPRS SPM Pamekasan, yang mana hal ini merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang bersangkutan seperti bagian *marketing* untuk memenuhi permintaan nasabah maupun calon nasabah dengan cara mendatangi rumah nasabah atau calon nasabah.
- b. Mobil kas merupakan salah satu fasilitas kantor yang dimiliki oleh BPRS SPM Pamekasan, jadi dalam melakukan kegiatannya khususnya ketika melakukan *direct marketing* atau memberikan pelayanan seperti bersosialisasi yang dilakukan

secara berkelompok oleh karyawan BPRS SPM menggunakan mobil ini untuk mempermudah proses transaksi yang terhubung dengan pusat, serta tercapainya efektifitas dan efisiensi waktu.

- c. Bentuk *direct marketing* yang digunakan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu penjualan tatap muka merupakan kunjungan yang dilakukan oleh *marketer* kepada nasabah, selanjutnya yaitu *direct mail* merupakan sarana promosi yang ditujukan langsung melalui email, *telemarketing* merupakan bentuk *direct marketing* yang terakhir dimana dalam hal ini terbagi menjadi dua yaitu tele-jangkauan merupakan melakukan kontak dengan menelepon pelanggan untuk mempertahankan dan memelihara hubungan dengan pelanggan, kemudian layanan pelanggan dan dukungan teknis ini yang merupakan menjawab pertanyaan- pertanyaan layanan dan teknis sehubungan dengan penggunaan produk atau jasa.

## **2. Efektivitas penerapan direct marketing dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.**

- a. Efektivitas Penerapan *direct marketing* dalam peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dapat dikatakan berhasil. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya pengaruh positif yang

dihasilkan dalam upaya penerapan *direct marketing* yang dilakukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam mempromosikan dan memasarkan produk tabungan multiguna sehingga membuat jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna ini mengalami peningkatan. Pada tahun 2018-2022 jumlah penggunatabungan multiguna mengalami peningkatan terus menerus setiap tahunnya, dimana pada tahun 2022 mencapai 7.638 jumlah nasabah tabungan multiguna.

- b. Proses kegiatan promosi yang dilakukan secara langsung dengan detail serta pelayanan yang ramah menjadikan calon nasabah baru tertarik dan berkenan membuka rekening pada produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

#### **D. Pembahasan**

Pada pembahasan ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dari Penerapan Direct Marketing dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah pada Produk Tabungan Multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

##### **1. Penerapan *Direct Marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

Lembaga keuangan syariah menjalankan tugas pokok dan fungsinya yaitu sebagai institusi yang menyimpan aset dan menyalurkan dana. Selain itu lembaga keuangan tentunya memiliki tujuan pasti yaitu untuk meningkatkan aset yang dimiliki dan jumlah penyaluran dana

kepada masyarakat. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sebagai salah satu lembaga keuangan syariah memiliki beragam produk yang tentunya bermanfaat khususnya bagi masyarakat menengah kebawah dan juga sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Dalam kegiatan memasarkan dan menawarkan produk yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan ini dapat dilakukan dengan cara promosi. Dalam mempromosikan produk-produk tersebut BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menggunakan beragam cara agar dapat menjangkau masyarakat, khususnya nasabah dan calon nasabah yang telah menjadi sasaran pemasaran. Salah satu caranya yaitu melalui penerapan *direct marketing*.

*Direct Marketing* (pemasaran langsung) merupakan komunikasi langsung dengan pelanggan individu yang dibidik secara seksama baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama. Biasanya dalam pemasaran langsung ini menggunakan saluran-saluran langsung ke konsumen (*Customer Direct*) untuk menjangkau dan menyerahkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa menggunakan perantara pemasaran. Pemasaran langsung ini merupakan salah satu cara yang tumbuh paling pesat untuk melayani pelanggan.<sup>32</sup>

Dalam pemasaran langsung, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen, dengan tujuan agar pesan-pesan ini mendapatkan respon langsung oleh konsumen yang bersangkutan, melalui telepon, melalui surat atau melalui *email*, bisa juga dengan mendatangi

---

<sup>32</sup> Husni Muharram Ritonga et al, *Manajemen Pemasaran* (t.t. : t.p., t.t.), 155.

langsung ke tempat pemasar. Cara ini berkembang sebagai bentuk respon terhadap *demasifikasi* (pengecilan) pasar, dimana semakin banyak ceruk pasar (*market niche*) dengan kebutuhan serta pilihan yang sangat individual. Di satu sisi, dengan adanya perkembangan sarana transportasi dan komunikasi maka semakin mempermudah kontak dan transaksi dengan pasar, dimana perusahaan relatif mudah mendatangi langsung calon pelanggan ataupun menghubungi via telepon atau surat.

Penerapan *direct marketing* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, dalam kegiatan pemasarannya yaitu dengan menggunakan strategi kekeluargaan menjemput bola. Strategi kekeluargaan atau bersilaturahmi ini dipilih oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan karena dengan cara inilah pihak bank selain mempromosikan juga dapat menjalin dan menjaga hubungan kekeluargaan dengan nasabah, disamping itu juga hal ini bisa memperluas relasi.

Strategi menjemput bola yang dimaksud adalah BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan langkah awal dimana nasabah tidak perlu ke tempat namun pihak bank yang mendatangi nasabah tersebut. Dalam memberikan pelayanan tersebut tentunya tetap memperhatikan dan mengedepankan etika, menjaga tutur kata dan perilaku yang baik dengan siapapun nasabahnya serta tidak membeda-bedakan karena dalam setiap kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan senantiasa menerapkan prinsip syariat Islam. Selain itu, para marketer atau pihak yang memberikan pelayanan harus senantiasa menerapkan pola hidup bersih dengan bersikap jujur.

Bentuk bentuk *direct marketing* yang digunakan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan beragam yaitu Penjualan tatap muka (*face to face selling*) merupakan kunjungan yang dilakukan oleh *marketer* kepada nasabah, selanjutnya yaitu *direct mail* merupakan sarana promosi yang ditujukan langsung melalui email, *telemarketing* merupakan bentuk *direct marketing* yang terakhir dimana dalam hal ini terbagi menjadi dua yaitu *tele-jangkauan* merupakan melakukan kontak dengan menelepon pelanggan untuk mempertahankan dan memelihara hubungan dengan pelanggan, kemudian layanan pelanggan dan dukungan teknis ini yang merupakan menjawab pertanyaan-pertanyaan layanan dan teknis sehubungan dengan penggunaan produk atau jasa.

Beberapa bentuk *direct marketing* tersebut bertujuan untuk mempermudah proses transaksi. Hal ini selaras dengan bentuk-bentuk *direct marketing* diungkapkan oleh Philip Kotler di antaranya adalah Penjualan Tatap Muka (*Face to Face Selling*) yaitu penjualan dengan langsung bertemu dengan calon pembeli, ini bisa dilakukan untuk individu tunggal atau kelompok. Keikhlasan adalah prinsip ekonomi islam yang digunakan dalam penjualan tatap muka atau penjualan pribadi. Islam menetapkan bahwa keikhlasan sangat penting dalam setiap tahapan kehidupan manusia. Berdasarkan hal tersebut, pelaku bisnis dituntut untuk ikhlas dan dirahpkan tidak berlaku curang ataupun melanggar kepentingan orang lain dengan sengaja. Selanjutnya *direct marketing* juga dapat dilakukan melalui *email*, yang sering disebut *Direct Mail*, dimana penawaran dikirimkan kepada individu baik secara surat konvensional

ataupun elektronik. Salah satu *direct mail* yang digunakan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu E-mail. E-mail memungkinkan para pengguna mengirimkan pesan atau data secara langsung dari satu komputer ke komputer lain. Pesan-pesan sampai secara serentak dan disimpan sampai penerima pesan mengambil pesan tersebut. Banyak pemasar kini mengirim pengumuman, tawaran, informasi produk, dan pesan-pesan lain melalui alamat email. Dan bentuk pemasaran yang terakhir adalah Telemarketing yaitu saluran umum pemasaran langsung untuk menawarkan barang dan jasa kepada pelanggan yang ditargetkan, baik pemasaran murni digawangi oleh pemasar ataupun yang sudah diotomatisasi. Pemasaran jarak jauh ini yang didesain dan dibidiki dengan semestinya memberikan banyak manfaat, yang meliputi kenyamanan pembelian dan peningkatan informasi produk/jasa.<sup>33</sup> Seperti apa yang telah dilakukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam penerapan *direct marketing* yaitu pihak bank telah melakukan beberapa cara berupa memberikan penawaran, melakukan pendekatan secara langsung dengan nasabah seperti melakukan sosialisasi secara personal maupun kelompok. Kemudian menjelaskan dan menawarkan produk-produk yang dimiliki oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti produk Tabungan Multiguna yang merupakan salah satu produk paling banyak diminati oleh para nasabah. Hal ini tentunya tidak luput dari manfaat *direct marketing* itu sendiri.

---

<sup>33</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 227.

Manfaat ini dapat diklasifikasikan menjadi dua spektrum yaitu untuk pembeli atau pelanggan dan untuk penjual. Manfaat untuk pelanggan adalah kenyamanan, mudah digunakan, bersifat privasi, akses dan pemilihan produk, kemudahan informasi, kesiapan dan interaktif, sehingga dengan adanya *direct marketing* ini pelanggan mengetahui bentuk, kelebihan dan juga kekurangan dari produk yang ditawarkan. Sedangkan manfaat untuk penjual adalah membangun hubungan dengan konsumen, mengurangi biaya, menambah kecepatan dan efisiensi. Jadi penjual dapat menjangkau konsumen dengan lebih spesifik dan demografi yang lebih jelas.<sup>34</sup>

Kemudian, jika dilihat dari segi manfaat yang diperoleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam penerapan *direct marketing* ini yaitu selain terjalinnya silaturahmi atau hubungan yang baik dengan masyarakat tentunya semakin banyaknya relasi yang didapat dan secara tidak langsung akan berdampak kepada peningkatan jumlah nasabah terutama pada produk tabungan multiguna yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan kemudian tercapainya efisiensi dan penghematan biaya serta informasi yang disampaikan lebih mudah diterima oleh masyarakat, yaitu nasabah maupun calon nasabah. Bank menggunakan informasi yang didapat dari semua akses kontak nasabah, baik melalui website, telepon, sosial media maupun frontliner. Hal ini akan membuat nasabah memilih BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan karena

---

<sup>34</sup> Bambang D. Prasetyo et al, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Malang: UB Press, 2018), 173.

kemudahan dan kenyamanan yang didapatkan oleh nasabah, khususnya dalam pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh bank.

## **2. Efektivitas penerapan direct marketing dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.**

Keefektifan adalah pencapaian suatu tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya pada ketetapan sasaran dari suatu proses yang sedang berlangsung tersebut.<sup>35</sup> Goodman dan Pennings menyebutkan dalam buku yang ditulis Hendyat Soetopo menyatakan bahwa keefektifan merupakan kehidupan organisasi yang relevan dengan semua anggota yang tergambar dalam satu konstruksi organisasi.<sup>36</sup>

BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam penerapan *direct marketing* sebagai strategi pemasaran menggunakan bentuk-bentuk yang beragam dan fleksibel, dengan cara mempromosikan produk-produk yang ada secara terfokus kepada nasabah tertentu, menyiapkan pesan yang kemudian dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah serta melalui proses yang sangat cepat.

Dalam hal ini sesuai dengan karakteristik yang dimiliki oleh *direct marketing* yang disebutkan oleh Sri Widyastuti dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*.<sup>37</sup> Yaitu ada *Nonpublic*, artinya pesan yang disampaikan ditujukan kepada pelanggan

---

<sup>35</sup> Hendyat Soetopo, *Perilaku Organisasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 51.

<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Sri Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: FEB-UP Press, 2017), 339.

atau calon pelanggan tertentu. Pesan dikirimkan pada orang-orang terpilih, karakteristik ini memungkinkan pemasaran langsung menghindari pemborosan berupa biaya mengeksport pesan pada non-audiens sebagaimana terjadi pada iklan. Karena pesan dan informasi terkait produk yang ditujukan untuk konsumen hanya boleh diakses dan didapatkan oleh pelanggan tertentu. Selanjutnya ada karakteristik *Custimized*, dimana pesan yang disiapkan disesuaikan untuk menarik pelanggan atau calon pelanggan tertentu. Berupa informasi yang sudah disiapkan terkait produk dan dikemas sedemikian rupa dengan tujuan konsumen tertarik membeli yang telah disesuaikan dengan karakter audiens individu. Dan karakteristik *Up-to-date*, artinya pesan disiapkan dengan sangat cepat untuk diberikan kepada pelanggan atau calon pelanggan tertentu. Pesan dapat disiapkan secara singkat untuk dikirimkan kepada individu dengan memperhatikan perkembangan informasi terbaru maupun lingkungan terbaru. Karakteristik yang terakhir adalah *Interactive*, artinya pesan dapat diubah tergantung tanggapan calon pelanggan atau pelanggan. Pesan dapat diubah sesuai respon seseorang seperti telemarketing, tidak dilakukan hanya sesekali tetapi bisa berkali-kali sesuai kebutuhan. Respon pada penawaran pertama dapat digunakan sebagai masukan untuk merancang penawaran kedua.<sup>38</sup>

BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memiliki berbagai macam produk. Tabungan Multiguna menjadi salah satu produk yang paling diminati. Tabungan multiguna adalah produk simpanan dari Bank Syariah

---

<sup>38</sup> <https://www.bilsonsiamora.com/database-direct-online-mobile-and-social-media-marketing/> (di akses pada tanggal 25 November 2022 pukul 00.45)

Sarana Prima Mandiri untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi sehari-hari, dengan menggunakan akad wadi'ah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, bahwasannya dalam peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan bisa dikatakan efektif. Bentuk-bentuk direct marketing yang dipilih berhasil memberikan dampak yang berpengaruh terhadap jumlah nasabah pada produk tersebut. Selain itu, faktor pendukung lainnya yaitu direct marketing ini berkaitan langsung dengan komunikasi pelanggan yang memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama, adanya keakraban dan pelayanan yang baik dengan masyarakat baik nasabah maupun calon nasabah.

Dengan adanya dampak yang ditimbulkan dari strategi direct marketing tentunya juga dapat dilihat dengan adanya peningkatan jumlah nasabah yang dicapai dalam setiap tahunnya dari tahun 2018-2022 jumlah nasabah tabungan multiguna per 18 November 2022 mencapai 7.638. Hal ini dapat diartikan sebagai keberhasilan dan pencapaian dari suatu program yang sedang dijalankan. Maka dengan hal tersebut Penerapan direct marketing dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dapat dikatakan berhasil serta memberikan pengaruh yang positif.



