

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Bank BPRS Bhakti Sumekar

Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Bandaran merupakan cabang yang berada di pamekasan dan tidak terlepas dari awal mula sejarah berdirinya PT. BPRS Bhakti Sumekar secara umum. Dikeluarkannya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai daerah otonom, maka kewenangan otonom saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan semua urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikut perangkatnya. Serta untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Suatu hal untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yang diharapkan agar dapat memenuhi tujuan tersebut. Dimana pada dasarnya lembaga keuangan tersebut diharapkan serta dapat meningkatkan dan mendayagunakan perekonomian daerah dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata. Bentuk lembaga keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah di Sumenep yang sangat ideal yaitu Lembaga Keuangan Mikro, dalam hal ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).

Untuk memenuhi maksud dan tujuan tersebut maka Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi Bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidoarjo yaitu PT. BPR Dana Merapi untuk kemudian direlokasi ke Kabupaten Sumenep. Bertujuan untuk mewujudkan harapan yaitu meningkatkan dan mendayagunakan perekonomian daerah guna mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata.

“Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. BPR Dana Merapi Pemkab Sumenep tersebut membuat *Memorandum of Understanding (MOU)* serta membuat Surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Kabupaten Sumenep Nomor 910/608b/435.304/200-1011/BMI/PKS/XII/2001 yang telah ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan PT Bank Syariah Muamalat Indonesia, Tbk pada tanggal 27 Desember 2001. Dalam MOU tersebut pihak PT. Bank Muamalat sebagai pelaksana dalam proses pengambilalihan BPR serta untuk bertanggung jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perijinan, rekrutmen, pelatihan dan pembinaan.¹

“Rencana akuisisi dari pemerintah Kabupaten Sumenep telah memperoleh rekomendasi dan persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep pada tanggal 19 November 2001 serta dengan nomor 910/953/435.040/2001 dan telah disetujui pula oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 Pebruari 2002 dengan Surat Persetujuan Nomor 4/5/DPBPR/P3BPR/Sb. Dalam perkembangannya pada PT. BPR Dana Merapi hal tersebut telah mengalami perubahan nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar dengan Akte Nomor 24 tanggal 16 September 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto, SH notaris di Sidoarjo dan Persetujuan dari Bank Indonesia no.04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 Nopember 2003. Dan mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No. C-19351 NT.01.04 tahun 2002 tanggal 08 Oktober 2002 tentang hal Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas. Tahap selanjutnya untuk penguksuhan dari pendirian PT. BPRS Bhakti Sumekar-

¹Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar, “*Tentang BBS Latar Belakang*”. Bank Pembiayaan Rakyat Bhakti Sumekar, diakses dari <https://bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/#latar>, pada tanggal 2 oktober 2020 pukul 13.15.

Sumenep, Pemerintah kabupaten Sumenep telah mengesahkan dalam sebuah Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 6 Tahun 2003 Tanggal 31-07-2003 tentang Pendirian PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar. Perubahan dari Sistem Konvensional menjadi Sistem Syariah dan perubahan nama dari PT.BPR Bhakti Sumekar menjadi PT.BPRS Bhakti Sumekar terdapat dalam akte notaris Sukarini SH notaris di Sidoarjo No.1 pada tanggal 1 Nopember tahun 2003 telah mendapat pengesahan dari Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No.C-01389 HT.01.04.TH.2004 pada tanggal 19 Januari tahun 2004 dan persetujuan izin prinsip Bank Indonesia dengan No.6/606/DPbs Jakarta pada tanggal 21 Mei tahun 2004 dan Bank Indonesia Cabang Surabaya No.6/353/DPBPR/IDBPR/Sb tanggal 22 Juni 2004.”²

Dalam perkembangannya, pada tahun 2000-an PT. BPRS Bhakti Sumekar mulai melebarkan sayap bisnisnya bertempat di pulau garam Madura yaitu dengan mendirikan beberapa kantor cabang yaitu bertempat di Sumenep dan Pamekasan.

“Adapun untuk BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran yang berlokasi di Jl. Raya Bandaran. Desa Sumber Wangi Bandaran, Kecamatan Tlanakan Pamekasan. Dibukanya kantor kas Bandaran yaitu pada tahun 2013. Acara pembukaan kantor kas tersebut dihadiri oleh perangkat kecamatan Bandaran, tokoh masyarakat Bandaran, dan Muspika Bandaran. Mereka memberikan respon positif serta dukungan yang penuh dengan diresmikannya kantor kas ini. Dalam pembukaan kantor kas itu dikemas dalam bentuk penyerahan bantuan yang diberikan kepada anak yatim piatu. Hal ini merupakan suatu bentuk dari strategi pengembangan jaringan perluasan lokasi bisnis dengan tujuan untuk mengoptimalkan pelayanan serta pemanfaatan suatu potensi daerah kawasan khususnya masyarakat daerah pesisir. Dengan dibukanya kantor kas baru ini dengan harapan agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di daerah bandaran kecamatan Tlanakan pada khususnya dan juga daerah Pamekasan pada umumnya. Kemudian pada tahun 2014 Kantor kas Bandaran ditingkatkan lagi dan menjadi Kantor Cabang Pratama Bandaran.”³

Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran awalnya dibuka pada tahun 2013 sebagai kantor kas bandaran. Kemudian pada tahun 2014 atas dukungan dan respon positif dari perangkat desa dan tokoh masyarakat di bandaran ini maka yang awalnya kantor kas ditingkatkan

²Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar, “*Tentang BBS Riwayat Perusahaan*”. Bank Pembiayaan Rakyat Bhakti Sumekar, diakses dari <https://bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/#riwayat>, pada tanggal 2 Oktober 2020 pukul 12.35.

³ Ari Kurniawan, Bagian Marketing, *Wawancara langsung* (24 September 2020).

lagi menjadi kantor cabang bandaran. Dengan ditingkatkan menjadi kantor cabang diharapkan dapat membantu meningkatkan ekonomi umat di Desa Bandaran khususnya dengan tatap memerhatikan konsep dan prinsip syariah.

a. Makna Logo BPRS Bhakti Sumekar

Gambar 4.1

Logo BPRS Bhakti Sumekar



1) Makna Umum

Logo BPRS BHAKTI SUMEKAR menyerupai bunga merkah yang mencerminkan kegigihan, keeluesan, semangat dan keramahan dalam semua aspek bisnis di lingkungan masyarakat dengan harapan untuk terus merakah dan berkembang.

2) Makna dari Segi Warna

Warna hijau melambangkan kesuburan, kesejukan, kemakmuran dan juga warna hijau pada umumnya identik dengan dunia Islam. Warna kuning melambangkan kesejahteraan, kejayaan, dan kekayaan.

3) Nilai Utama Perusahaan "BHAKTI"

a) Berkembang

Dengan etos kerja yang kuat serta dengan memiliki ide kreatif yang tinggi dan pengembangan ke masa yang akan datang, mengantisipasi tantangan dan kesempatan untuk berkembang melakukan inovasi-inovasi.

b) Harmonis:

Rasa persaudaraan dan rasa kebersamaan menjadi pedoman hidup. Menjadikan kenyamanan dan kekompakan dalam bermitra.

c) Amanah

Konsisten dan bertindak adil, bersikap tegas dengan rasa tanggung jawab yang besar dengan amanah nasabah.

d) Kepuasan Nasabah

Memenuhi kebutuhan nasabah dengan memberikan pelayanan yang terbaik, dengan tetap memperhatikan kepentingan perusahaan, dengan dukungan SDM yang terampil, ramah, senang melayani dan didukung teknologi unggul.

e) Transparan

Saling terbuka demi membangun kepercayaan dan keyakinan dengan menjunjung tinggi pelayanan yang terbaik sehingga terbentuk suasana bersih dan berwibawa.

f) Integritas

Bertaqwa, penuh dedikasi, jujur, selalu menjaga nama baik, serta saat peraturan yang berlaku.

4) Visi dan Misi

BPRS Bhakti Sumekar memiliki tujuan yang tertuang dalam bentuk visi dan misi. Adapun visi dan misi BPRS Bhakti Sumekar yaitu:

1) Visi :

Terwujudnya masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai nilai agama dan budaya.

2) Misi :

- a) Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasar syariah.
- b) Membantu melaksanakan pembedayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.
- c) Mengupayakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah.⁴

3) Motto : “Mitra Dalam Bermuamalah”

5) Lokasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran Pamekasan

Kantor Bprs Bhakti Sumekar cabang bandaran pamekasan ini terletak di desa Bandaran Tlanakan Pamekasan.

6) Produk-produk BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran

Produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran diantaranya sebagai berikut:⁵

1) Produk Penghimpunan Dana

a) Tabungan Barokah

Tabungan Barokah merupakan sarana simpanan dana masyarakat untuk hari esok dengan akad *Wadiah yad Dhamanah*. Tabungan Barokah ini merupakan titipan murni di BPRS. Setoran awal minimal 10.000 bisa di ambil sewaktu-waktu dan bebas biaya administrasi.

b) Tabungan SIMPEL (Simpanan Pelajar)

⁴Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar, “*Tentang BBS Visi Misi*”. Bank Pembiayaan Rakyat Bhakti Sumekar, diakses dari <https://bhaktisumekar.co.id/2015-05-07-19-03-11/visi-misi>, pada tanggal 16 Juni 2019 pukul 13.02.

⁵Brosur PT. BPRS Bhakti Sumekar

- c) Deposito *mudharabah*
- d) Tabungan Hari Raya (TAHARA)
- e) Tabungan Qurban
- f) Tabungan Haji

2) Produk Penyaluran Dana

- a) Pembiayaan UMKM
- b) Pembiayaan Serba Guna
- c) Gadai Emas /Rahn
- d) Pembiayaan SADAR Bersih (Sanitasi dan Air Bersih)
- e) Pembiayaan Elektronik
- f) Pembiayaan KPR (Kepemilikan Rumah)
- g) Pembiayaan Pensiun
- h) Pembiayaan Kepemilikan Emas
- i) Pembiayaan Kendaraan Bermotor
- j) Talangan Umroh

3) Produk Jasa/layanan

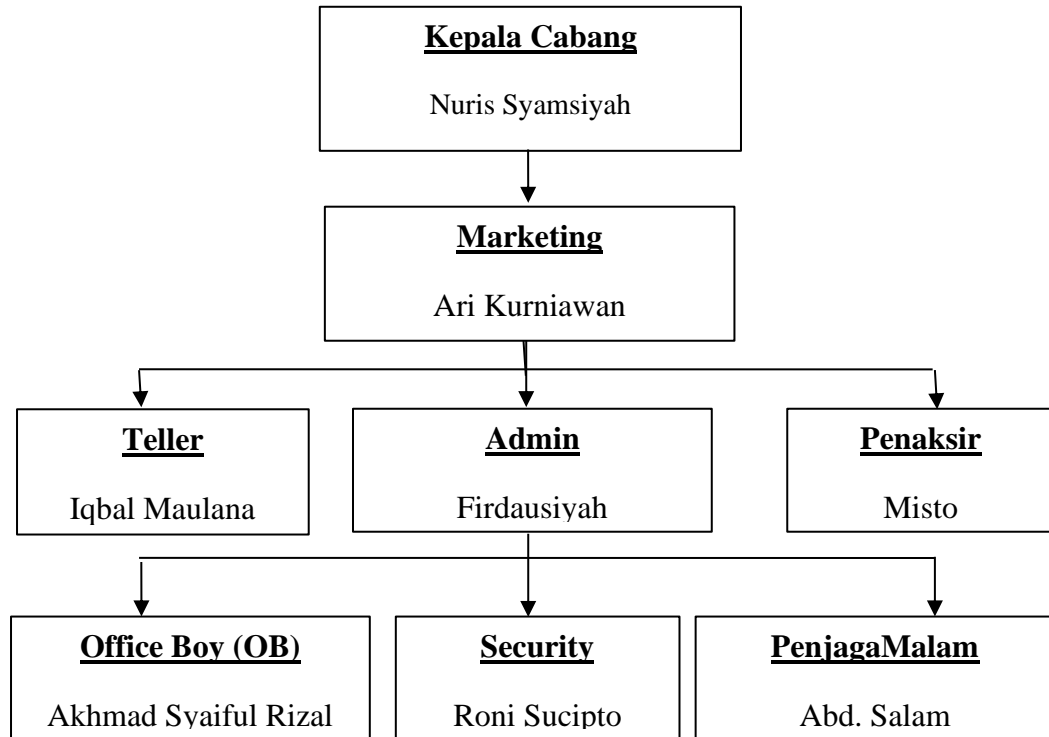
- a) Jasa Kiriman Uang
- b) Pembayaran Gaji /intensif PNS /Karyawan Swasta /Guru Sertifikasi
- c) Pembayaran Rekening listrik, Telepon, Speedy dan, internet

7) Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran

Adapun struktur organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2

Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran



Sumber : *Data Penelitian, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran 2020.*

Berdasarkan struktur organisasi di atas, petugas yang terlibat dalam proses Tabungan Barokah di Kualitas Jasa adalah Ari Kurniawan sebagai marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran menjemput tabungan barokah ke pasar Bandaran dan juga mengunjungi kerumah nasabah yang sudah biasa menabung. Kedua adalah Iqbal Maulana sebagai teller bertugas mengimput data nasabah yang menabung, dan menuliskan di kuitansi lalu memberikan kepada nasabah kembali. Terakhir adalah OB (*Office Boy*). bertugas membagikan kembali buku tabungan dan kuitansi kepada nasabah.

B. Paparan Data

Segmenting, Targeting, dan Positioning merupakan strategi pemasaran yang sangat penting dilakukan baik BMT yang baru berdiri maupun yang sudah lama berjalan karena strategi pemasaran merupakan ujung tombak suatu lembaga atau perusahaan, artinya apabila pemasaran produk berhasil maka lembaga atau perusahaan tersebut juga dikatakan berhasil. Seperti yang kita ketahui bahwa dunia pemasaran bersifat dinamis, oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran dalam menetapkan strategi harus mengidentifikasi bagian pasar yang dapat dilayaninya dengan baik dan menguntungkan. Oleh karena itu untuk memudahkan dalam mencapai target pasar yang telah dirumuskan sebelumnya maka haruslah melakukan perumusan strategi pemasaran dalam memilih dan menetapkan pasar yang akan dituju dengan menggunakan *segmenting, targeting dan positioning*.

1. Segmenting

Segmentasi merupakan tahapan penting bagi sebuah bisnis yang dapat menentukan kira-kira pasar seperti apa yang menjadi target pasarnya. Dalam hal ini BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran mengelompokkan tujuan utama nasabahnya adalah nasabah yang ada di bandaran. Seperti yang di sampaikan oleh Firdausiyah selaku Admin di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran juga menjelaskan sebagai berikut :

“Kalau dulu kan kita punya nasabah pasar ya, artinya para pedagang dipasar itu banyak yang menabung disini dan memang pasar itu yang menjadi target utama BPRS ini, akan tetapi lama-kelamaan nasabah yang menabung semakin berkurang dan tidak lancar lagi karena adanya arisan

jadi mereka lebih fokus ke arisan dan pada umumnya masyarakat disini menyimpannya di arisan mas. Ada arisan yang tiap hari, tiap minggu, dan tiap bulan. Jadi yang awalnya mereka nabung di perbankan sekarang sudah nabungnya di arisan. Memang tetap aktif di perbankan, tapi tidak seaktif dulu. Selain itu promosi tetap kita lakukan dengan mendatangi nasabah, siapa tau mereka ingin menabung walaupun besarnya tidak seperti dulu. Dalam artian petugas dengan nasabah tetap melakukan pendekatan bagaimana agar nasabah yang sekarang itu tepat menjadi nasabah seperti dulu tetap semangat menabung.”⁶

Senada yang disampaikan oleh Nuris Syamsiyah selaku kepala cabang di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran :

“Yang pertama promosi lewat media elektronik atau media masa yang lain, jadi paling tidak dari hp yang kita punya kita sebarkan, kita promokan kepada keluarga, teman-teman, dan nasabah sekitar.”⁷

Dari penjelasan diatas kita dapatkan bahwa pengelompokan dan strategi awal yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran adalah di pasar bandaran dengan melakukan promosi dengan tujuan agar bisa menarik nasabah yang ada di pasar dan sekitarnya dan mempertahankan nasabah yang sudah ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran. Awal mula pendirian BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran nasabah banyak yang menabung akan tetapi lama-kelamaan minat nasabah mulai berkurang dikarenakan adanya arisan dan kredit *mindreng* yang ada di desa bandaran. Walaupun demikian para pengurus tidak putus asa mereka tetap melakukan pendekatan kepada masyarakat agar tetap menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran walaupun besarnya tidak seperti dulu.

Segmentasi sendiri ada 3 bagian, yaitu segmentasi berdasarkan geografisnya, demografinya, dan psikografinya. Adapun terkait penjelasan ini

⁶ Firdausiyah, Admin BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020)

⁷ Nuris Syamsiyah, kepala cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

Nuris Syamsiyah selaku kepala cabang di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran menjelaskan:

“Jadi karena letaknya secara geografisnya disini berlatar belakang rata-rata sebagai nelayan, maka banyak nasabah disini menggunakan produk tabungan berhubung keluar masuknya uang tiap hari, bisa berasal dari penjualan ikan, penangkapan ikan setiap harinya. Secara demografi Sebenarnya kita tidak mengelompokkan ya, jadi memang ada khusus kalau untuk tabungan siswa ada tabungan siswa, kalau untuk hari raya ada tabungan hari raya (TAHARA), tabungan kurban ada, tabungan yang bersifat umum disini adalah tabungan barokah. Tabungan barokah ini bisa untuk semuanya jadi kalau pengelompokan untuk tabungan barokah tidak ada pengelompokan. Jadi kalau mau spesifik contohnya untuk siswa bisa buka tabungan pelajar dimana pernyaratannya tidak usah KTP, hanya saja fotocopy akte, kalau mau untuk idul adha kurban, bisa buka tabungan kurban saja. Jadi sudah ada produknya sendiri dan sudah ada kelompoknya. Kalau pengelompokan masyarakat harus ngambil produk ini itu pastinya terserah nasabahnya kita tidak mengelompokkan. Sedangkan dilihat dari segmentasi psikografi, secara psikografisnya lebih enak ke konsumen karena saldo ngendapnya hanya minimal 10 ribu, diambilnya kapan saja terserah, dibandingkan dengan produk tahara. Karena tahara mengambilnya harus setiap hampir hari raya.” Adapun tujuan adanya segmentasi pasar ini diantaranya adalah untuk menentukan suatu strategi yang mau digunakan untuk mempromosikan dan menarik minat nasabah. Sehingga dengan adanya segmen pasar tersebut dapat memudahkan kita dalam merencanakan sesuatu untuk mendukung program-program yang telah kami buat. Selain itu dengan adanya segmentasi pasar dapat membuat peluang baru.⁸

Senada dengan penjelasan tersebut, Firdausiyah selaku Admin di BPRS

Bhakti Sumekar Cabang Bandaran juga menjelaskan sebagai berikut :

“Begini mas, kita kan disini yang lebih di promokan dan lebih dikenal adalah tabungan barokah. Untuk tabungan yang lain mereka kurang melirik dan meminati. Kita disini kurang paham juga mengapa minat ke produk yang lain itu sedikit, mungkin saja mereka menabung di jenis tabungan yang mereka tau saja walaupun sebenarnya kita sudah menawarkan semua jenis tabungan yang ada disini. Jadi pengelompokannya sangat mudah karena saat kita turun langsung ke lapangan untuk menawarkan tabungan-tabungan itu sudah jelas mereka memilih tabungan barokah dan mengabaikan produk tabungan yang lainnya. Secara geografis disini itu terletak berdekatan dengan laut dan pasar sehingga menyebabkan profesinya sebagai nelayan semua. Jadi kami fokuskan ke masyarakat bandaran dan sekitarnya. Jika dilihat dari

⁸ Nuris Syamsiyah, kepala cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

segmen demografinya kami disini tidak membatasi, artinya semua orang bisa membuka tabungan barokah. Kecuali bagi yang siswa yang masih dibawah umur kita biasanya merekomendasikan simpel. Sedangkan kalau dilihat dari psikografi masyarakat disini itu kan mayoritas nelayan mas, jadi mereka itu bisa dikatakan dilakangan menengah ke atas karena banyak yang sudah memiliki kapal sendiri. Oleh sebab itu kami rasa mereka akan menabung lebihnya dari kebutuhan sehari-hari, arisan, dan kredit *mindreng*.”⁹

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa minat menabung nasabah memang lebih banyak pada produk barokah walaupun sebenarnya produk-produk yang lain juga di promosikan. Dilihat dari segmentasi pasar berdasarkan geografinya, memang diperkirakan mereka akan memilih tabungan barokah, karena mereka hidup berdekatan dengan laut sehingga profesinya mayoritas nelayan yang bisa jadi penghasilannya tiap hari dan pengeluaran untuk mudal juga tiap hari. Sehingga tabungan barokah lebih cocok untuk diambil karena dapat diambil kapan saja dan sudah tersedi ATM di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

Jika dilihat dari segi segmentasi berdasarkan demografinya, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran tidak membatasi, artinya semua orang bisa membuka tabungan barokah. Baik laki-laki ataupun perempuan. Kecuali bagi yang siswa yang masih dibawah umur kita biasanya merekomendasikan simpel. Karena tabungan simpel ini persyaratannya mudah dan uang awal yang di setorkan minimal seribu rupiah. Jadi sangat cocok untuk anak sekolahan.

Sedangkan jika dilihat segmentasi psikografinya, kehidupan masyarakat Bandaran dan sekitarnya bisa dikatakan sudah menengah ke atas. Hal itu dapat dibuktikan dengan dimilikinya kapal sendiri oleh setiap nelayan. Sehingga

⁹ Firdausiyah, Admin BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020)

pengurus BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran masih memiliki kesempatan untuk mendapatkan nasabah menabung.

Dengan demikian, adanya segmentasi pasar ini bertujuan untuk menentukan suatu strategi yang mau digunakan untuk mempromosikan dan menarik minat nasabah. Sehingga dengan adanya segmen pasar tersebut dapat memudahkan kita dalam merencanakan sesuatu untuk mendukung program-program yang telah kami buat. Selain itu dengan adanya segmentasi pasar dapat membuat peluang baru.

2. Targeting

Setelah melakukan *segmenting*, selanjutnya BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran melakukan perumusan targeting yang nantinya akan dituju. Target pasar yang di rencanakan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran tidak fokus pada orang kaya ataupun miskin saja. Karena kadang penampilan seperti orang kaya tapi banyak hutangnya, sebaliknya orang yang kelihatannya biasa-biasa saja malah memiliki harta benda yang banyak. Sebagaimana yang disampaikan oleh Nuris Syamsiyah selaku kepala cabang di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran :

“Pengelompokan segmenting yang menjadi target tidak di kelompokkan karena kadang orang kelihatan tidak punya tapi dia punya simpanan dan kadang orang kelihatan wah tapi tidak mempunyai uang sehingga tidak bisa kita kelompokkan seperti itu. Tapi kalau mau di target semuanya harus di target tanpa melihat penampilan. Kadang rumahnya seperti tidak punya tapi simpanannya banyak. Kadang rumahnya mewah tapi hutangnya banyak. Untuk targeting semuanya kami targetkan untuk menjadi customer atau nasabah. Adapun caranya tetap dengan promosi.”¹⁰

¹⁰ Nuris Syamsiyah, kepala cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

Firdausiyah selaku Admin di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran juga menjelaskan sebagai berikut :

“Pastinya pasar bandaran mas, karena orang-orang pasar kan punya pendapatan tiap hari. Selain itu juga semua masyarakat bandaran ini merupakan target kami untuk bisa menjadi nasabah yang menabung disini.”¹¹

Target pasar untuk produk barokah dan produk lainnya adalah masyarakat Bandaran dan sekitarnya tanpa membeda-bedakan laki-laki dan perempuan, kaya dan miskinnya. Karena tabungan barokah ini memang cocok untuk siapa saja yang mau menabung terlebih pada masyarakat yang sewaktu-waktu mau menabung dan mau mengambil uangnya. Adapun langkah-langkah yang diambil BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran untuk menentukan target pasar disampaikan oleh Nuris Syamsiyah selaku kepala cabang di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran :

“Semuanya menggunakan promosi agar target yang kita inginkan tercapai, contohnya jika ada yang mengajukan pinjaman maka salah satu syaratnya harus membuka tabungan, anak magang dan penelitian harus buka tabungan itu semua merupakan strategi kita.”¹²

Serupa dengan yang disampaikan oleh Firdausiyah selaku Admin di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran :

“Target kita ya sama seperti yang saya bilang tadi, pertama kita melakukan pendekatan ke nasabahnya, kedua promosi agar tidak pernah kendor, sebisa mungkin jika ada nasabah baru walaupun tidak konsultasi masalah tabungan kita tetap menawarkan. Jadi semua petugas disini jika ada nasabah masuk dan setelah ditanya mereka tidak punya tabungan disitu kesempatan kita untuk menawarkan dan mempromosikannya siapa tau nanti setelah di jelaskan oleh admin muncul keinginan untuk menabung. Kadang seperti ini mas, tabungan barokah disini itu kita kan bebas biaya administrasi ya, hanya saldo awal 10rb untuk seumur hidup. Dan uang 10rb tersebut nanti bisa diambil jika tabungan itu ditutup.

¹¹ Firdausiyah, Admin BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

¹² Nuris Syamsiyah, kepala cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

Selain itu disini ada bonus juga semakin besar nilai tabungannya maka semakin besar juga bonusnya. Setiap bulan saldo tetap utuh karena tidak ada biaya pemotongan tiap bulannya. Biasanya tabungan diatas lima juta ada pajak yang di ambil dari bonos tabungannya.”¹³

Langkah-langkah yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran dalam menentukan targetting yaitu dengan cara melakukan pendekatan dengan para calon nasabah. Dengan pendekatan tersebut dapat membuat nasabah merasa nyaman jika ke BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran sehingga akan memudahkan para pengurus untuk mempromosikan produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran termasuk didalamnya tabungan barokah. Selain itu promosi tidak pernah kendor sehingga pada akhirnya akan mengenali dan kehidupan masyarakat bandaran sekitarnya. Dengan demikian target yang diinginkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran akan mudah dicapai.

3. Positioning

Positioning merupakan bagaimana konsumen memposisikan suatu produk agar menjadi pusat perhatian dan melekat di benak konsumen. Dalam hal ini Nuris Syamsiyah selaku kepala cabang di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran sebagai berikut:

“Lagi-lagi berhubungan dengan pendekatan pengurus dengan nasabah, dengan demikian pengurus dapat leluasa menyampaikan produk-produk disini terutama di tabungan barokahnya. Sehingga pada benak nasabah yang tertanam adalah produk barokah, karena saldo awalnya cukup dengan 10rb, bisa diambil kapan saja, sdh tersedia ATM, dan sebagainya. Selain itu posisi BPRS juga sangat disenangi oleh para nasabah karena pelayanan yang diberikan sangat baik. Menurut masyarakat enak, karena dapat membantu pencatatan dan keamanan keuangan mereka karena saldo ngendapnya cuma 10rb saja, bisa diambil kapan saja di ATM 24 jam, sejauh ini belum ada komentar atau masukan dari mereka. Dari perbandingan dengan produk tabungan yang lain barokah menempati posisi tertinggi atau yang paling banyak diminati

¹³ Firdausiyah, Admin BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

masyarakat. Sedangkan tahara dan tabungan kurban jarang diminati oleh masyarakat karena kedua tabungan tersebut ada minimal penyetoran sebesar 50rb tidak seperti di barokah 10rb boleh saja. Jika dibandingkan dengan simpel, memang lebih enak simpanan pelajar tapi lebih tabungan ini khusus untuk pelajar saja. Orang pelajar tidak boleh mengambil produk simpel kecuali untuk anak-anaknya.”

Hal ini senada dengan pernyataan Firdausiyah selaku Admin di BPRS

Bhakti Sumekar Cabang Bandaran :

“Jalan pertama yang kami ambil adalah mempromosikan dan mengenalkan produk kepada masyarakat bandaran khususnya, setelah itu melakukan pendekatan. Sehingga pada akhirnya mereka akan terkesan dan akan tertarik untuk menabung. Selain itu pelayanan yang baik mas juga harus diterapkan, sehingga akan membuat para nasabah nyaman dan loyal pada kita. Sehingga jika hati para nasabah sudah terpicat maka sebesar apapun pesaingnya tidak akan berpindah ke lain tempat.”

Posisi produk barokah sudah mulai tertanam dalam diri para nasabah.

Karena tabungan barokah merupakan tabungan yang cocok untuk semua kalangan dengan setoran awal yang cukup dengan Rp. 10.000,- sudah aktif seumur hidup kecuali tabungan tersebut di tutup oleh nasabah. Selain itu juga setiap bulan ada bagi hasil yang besarnya sesuai dengan nisbah bagi hasil dan dana yang tersimpan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran. Tabungan barokah juga bisa diambil kapan saja dan sudah tersedia ATM sehingga pelayanan untuk tarik uang bisa 24 jam via ATM. Selain itu untuk mewujudkan posisi yang sangat cocok dengan nasabah pastinya pelayanan harus di maksimalkan. Sehingga walaupun ada penawaran dari LKS lain nasabah tidak langsung pindah dan menutup tabungan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

Strategi pemasaran *Segmenting, Targeting, dan Positioning* ini sangat berpengaruh terhadap citra, *brand image*, hingga pemasaran secara keseluruhan. Sasaran yang tepat, pengelolaan yang benar, meraih keuntungan, menguasai pasar, adalah sebagian dari sekian banyak manfaat yang akan diperoleh dengan

menyusun dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran mempunyai cara-cara tersendiri untuk melakukan strategi pemasaran tepat pada *Segmenting, Targeting, dan Positioning*.

4. Peluang Dan Hambatan

Dalam melakukan strategi *Segmenting, Targeting, dan Positioning* pastinya ada peluang dan hambatan yang dialami oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran. Seperti yang di sampaikan oleh Nuris Syamsiyah selaku kepala cabang di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran sebagai berikut:

“Hambatan secara segmentasi pasar berdasarkan geografis, disini kan tempatnya plosok sehingga jika kita mau promosi terkendala jalannya sempit, akan tetapi enak nya sekali kita ngasih tau sudah banyak yang dengar karena rumahnya berdekatan. Dari segi demografinya disini pusat ikan jadi kita masih punya harapan tiap harinya mereka menabung di bank walaupun setelah mereka menunasi semua kebajibannya. Biasanya yang nabung itu di dominasi oleh perempuan. Dan jika dilihat dari segi psikografinya, Peluangnya Mayoritas masyarakat disini menengah ke atas dan pastinya memiliki banyak uang dan pemasukan tiap harinya, oleh karena itu kita bisa menawarkan kepada mereka produk-produk yang tersedia disini. Sedangkan hambatannya disini banyak arisan sehingga yang menabung terkendala arisan tersebut. Karena di wilayah ini banyak arisannya ada yang tiap hari, tiap minggu, dan setiap bulan. Selain itu disini juga banyak kredit barang keliling yang nagihnya tiap hari sehingga mereka harus bayar dulu kalau ada lebih dana baru di tabung.”¹⁴

Pernyataan dari ketua cabar tersebut dikuatkan oleh Firdausiyah selaku

Admin di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran :

“Peluang segmentasi pasar berdasarkan geografinya disini jika menyampaikan informasi semua akan dapat informasi, karena rumahnya berdekatan. Hambatannya jalan akses ke rumah-rumah penduduk sempit karena jalur plosok sehingga sulit bagi kita untuk kunjungan ke masyarakat. Dilihat dari demografinya, Peluangnya dapat bersosialisasi secara umum baik itu laki-laki atau perempuan karena memang untuk tabungan barokah sendiri memang cocok untuk semua kalangan. Sedangkan hambatannya adalah kadang kalah dengan arisan dan cicilan

¹⁴ Nuris Syamsiyah, kepala cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

mindreng. Dan dilihat dari berdasarkan psikografi Peluangnya Ketika kita melayani nasabah dengan baik, ketika kita mendekatkan diri pada nasabah seperti menganggapnya sebagai keluarga sehingga para nasabah nantinya untuk kesini tidak akan merasa enggan dan takut. Sampai ada nasabah yang bilang “bu, jika saya punya uang untuk ditabung atau emas untuk digadaikan, maka saya tidak akan pindah ke tempat lain. Karena petugas-petugasnya disini itu ramah. Sedangkan hambatannya seperti yang saya jelaskan tadi disini banyak arisan besar-besaran dari tiap hari, tiap minggu, tiap minggu, dan tiap bulan gikan ya. Selain itu disini juga banyak cicilan *mindreng* jadi mereka kalau butuh barang terkadang mereka tidak ingin repot-repot maka mereka lebih ke *mindreng* karena orang *mindrengnya* dari sini juga mas. Jadi bukan hanya satu orang saja akan tetapi kadang saya liat lebih dari 10 orang. Selain itu Disini sudah banyak kantor LKS yang sudah buka seperti BMT NU dan lainnya. Akan tetapi jika berbicara saingan kita kan memiliki cara tersendiri untuk mengatasi saingan tersebut. Bagaimana perusahaan kita tetap berjalan dan nasabah kita tetap meminati produk-produk yang kita tawarkan. Jadi kita memiliki strategi-strategi tertentu untuk tetap mencapai target, untuk mempertahankan nasabah, dan untuk menambah nasabah.”¹⁵

Dari hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa peluang dari segmentasi pasar berdasarkan geografinya adalah jika sedang melakukan kunjungan dan promosi, informasi langsung bisa tersampaikan ke banyak orang karena rumahnya saling berdekatan, sedangkan hambatannya adalah jalur akses untuk ke rumah-rumah penduduk sangat sulit, dikarenakan jalannya jalan pedesaan dan sempit.

Peluang segmentasi pasar berdasarkan demografinya yaitu Karena disini pusat ikan jadi kita masih punya harapan tiap harinya mereka menabung di bank walaupun setelah mereka menunasi semua kebajibannya. Biasanya yang nabung itu di dominasi oleh perempuan. Selain itu Peluangnya bisa dapat bersosialisasi secara umum baik itu laki-laki atau perempuan karena memang untuk tabungan barokah sendiri memang cocok untuk semua kalangan. Sedangkan hambatannya adalah kadang kalah dengan arisan dan cicilan *mindreng*. Karena arisan dan

¹⁵ Firdausiyah, Admin BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

mindreng disekitar BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran sangat banyak kadang *mindrengnya* lebih dari 10 orang setiap harinya.

Sedangkan peluang dari segmentasi pasar berdasarkan psikografinya adalah Ketika kita melayani nasabah dengan baik, ketika pengurus mendekati diri pada nasabah seperti menganggapnya sebagai keluarga sehingga para nasabah nantinya untuk ke BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran tidak akan merasa enggan dan takut. Selain itu di bandaran ini masyarakatnya sudah bisa dikatan menengah ke atas sehingga kemungkinan menabung besar. Hambatannya adalah adanya arisan, midreng, dan juga dari banyaknya lembaga keuangan yang ada di sekitar bandaran.

Peluang dan hambatan saat melakukan targetting adalah Peluangnya dalam mengumumkan target pasar untuk tabungan barokah ini merupakan peluang karena kita bisa secara umum memasarkan produk kita. Sedangkan hambatannya disini sudah mulai berdiri Lembaga keuangan syariah juga seperti BMT NU dan lainnya sehingga menyebabkan kita harus bersaing untuk mendapatkan nasabah yang loyal. Seperti yang sudah dijelaskan oleh Nuris Syamsiyah selaku kepala cabang di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran sebagai berikut:

“Jika ditanya peluang dari target pasar saya rasa sudah baik karena memang disini tidak menargetkan secara khusus untuk tabungan barokah. Artinya semua kalangan bisa membuka tabungan barokah. Sedangkan hambatannya mungkin kita kesulitan memberikan edukasi kepada mereka atas pentingnya menabung dikarenakan ada arisan dan kredit midreng.”¹⁶

Senada dengan yang disampaikan oleh Firdausiyah selaku Admin di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran :

¹⁶ Nuris Syamsiyah, kepala cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

“Peluangnya kalau menurut saya mas, dalam mengumumkan target pasar untuk tabungan barokah ini merupakan peluang karena kita bisa secara umum memasarkan produk kita. Sedangkan hambatannya disini sudah mulai berdiri Lembaga keuangan syariah juga seperti BMT NU dan lainnya sehingga menyebabkan kita harus bersaing untuk mendapatkan nasabah yang loyal.”¹⁷

Sedangkan peluang dan hambatan dalam menentukan posisi pasar seperti yang sudah disampaikan oleh Nuris Syamsiyah selaku kepala cabang di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran sebagai berikut:

“Untuk posisi pasar sendiri sudah banyak nasabah yang bilang bahwa pelayanan disini sudah baik, sehingga mereka tidak ingin pindah jika ingin menabung dan mau menggadaikan emas atau barang-barang lainnya. Oleh sebab itu kita lebih gampang untuk melakukan pendekatan pada nasabah. Sedangkan hambatannya disini itu sudah banyak kompetitor baru yang produknya hampir sama dengan produk kami. Untuk mengatasi hambatan tersebut maka nasabah harus kasih pengertian bahwa menabung itu penting, mengajarkan cara mengelola keuangannya dari pendapatan setelah dikurangi kewajiban dan kebutuhan makan sehari-hari sebaiknya di simpan artinya lebih kependekatan saja. Selain itu kita juga menyediakan celengan, jadi kalau nasabah itu pengasilannya sedikit tiap harinya dan memiliki angsuran disini, biasanya kami siasati dengan celengan tadi. Nanti bisa diambil tiap minggu untuk disetorkan ke kami.”¹⁸

Dalam hal ini Firdausiyah selaku Admin di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran juga menjelaskan berikut ini:

“Kalau berbicara penempatan kalau tabungan barokah itu kan minimal Cuma 10 rb pembukaannya. Itupun aktif sampai tabungan itu ditutup oleh nasabah yang bersangkutan. Uang 10rb itu akan diblokir sementara untuk saldo awal dan masih diaktifkan serta akan bisa diambil kembali jika nasabah mau tutup tabungan. Bonos dari tabungan itu tidak begitu besar jika dibandingkan dengan deposito.”

Dalam penentuan *positioning* BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran posisi tabungan barokah sudah tertanam dalam hati masyarakat desa Bandaran

¹⁷ Firdausiyah, Admin BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

¹⁸ Nuris Syamsiyah, kepala cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, *Wawancara Langsung* (25 November 2020).

dan sekitarnya disebabkan layanan yang diberikan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran sudah cukup baik, selain itu modal awalnya hanya 10 ribu itupun aktif selamanya sampai nasabah yang bersangkutan menutup tabungannya. Semua itu merupakan peluang bagus yang dimiliki BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran untuk memperbanyak nasabah yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran. Sedangkan hambatannya adalah di bandaran sendiri sudah mulai bertambah pesaing dari LKS yang produknya rada-rada mirip dengan produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut diberikan pengertian bahwa menabung itu penting untuk masa yang akan datang, selain itu juga diberikan pembelajaran bagaimana cara mengelola uang agar terus berputar dan menghasilkan laba. Kemudian BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran juga menyediakan celengan bagi yang memiliki cicilan di bank tapi uangnya belum cukup, maka bisa di letakkan di celengan setelah satu minggu atau bahkan satu bulan nanti disetorkan ke pihak BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

C. Temuan Penelitian

Setelah peneliti mengumpulkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat di paparkan beberapa temuan penelitian untuk menjelaskan Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran sebagai berikut:

- 1. Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran**

Segmenting, Targeting, dan Positioning merupakan salah satu bentuk dari strategi pemasaran yang adapat digunakan oleh suatu perusahaan untuk menentukan berhasil tidaknya kegiatan yang disusunnya. *Segmenting, Targeting, dan Positioning* ini bisa dilakukan untuk perusahaan yang baru berdiri ataupun untuk perusahaan lama. Berikut ini beberapa temuan yang di dapatkan oleh peneliti mengenai Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

a. *Segmenting*

Pertama segmen Geografis, pada segmen ini BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran menentukan bahwa lokasi yang akan jadi sasaran adalah masyarakat desa bandaran dan sekitarnya beserta pasar bandaran. *Kedua* segmen demografis, pada segmen ini tidak ada batasan laki-laki ataupun perempuan, tua atau muda karena tabungan barokah ini cocok dimiliki oleh siapa saja. *Ketiga* segmen psikologis, pada segmen ini bisa dikategorikan bahwa masyarakat bandaran termasuk masyarakat dari golongan menengah ke atas.

b. *Targeting*

Target dari BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran adalah masyarakat umum dari semua kalangan, terutama bagi para nelayan. Karena di Bandaran profesi yang paling dominan adalah profesi nelayan. Dengan demikian bisa lebih gampang dalam menjalankan dan memawarkan produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

c. Positioning

Dalam menentukan posisi pasar yang baik terlebih pada produk tabungan barokah yaitu dengan cara menginformasikan keunikannya seperti diantaranya setiap bulan ada bagi hasilnya, saldo awal murah meriah hanya 10 ribu sudah bisa buka rekening barokah dan aktif seumur hidup, tidak ada pemotongan saldo tiap bulannya. Selain itu pelayanan yang diberikan harus memuaskan nasabah.

2. Peluang dan Hambatan *Segmenting, Targeting, dan Positioning* dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran

Dalam setiap strategi yang digunakan pastinya ada peluang dan hambatan yang dialami oleh perusahaan. Berikut ini temuan penelitian dari peluang dan hambatan dari strategi *Segmenting, Targeting, dan Positioning* di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

- a. *Segmenting* : *Pertama* dari segmen Geografis peluangnya adalah jika sosialisasi banyak masyarakat yang mendapatkan informasinya. Sedangkan hambatannya adalah jalur aksesnya terlalu sempit sehingga petugas kesulitan untuk melakukan kunjungan ke masyarakat. *Kedua* segmen demografis Peluangnya dapat bersosialisasi secara umum baik itu laki-laki atau perempuan karena memang untuk tabungan barokah sendiri memang cocok untuk semua kalangan. Sedangkan hambatannya adalah kadang kalah dengan arisan dan cicilan *mindreng*. *Ketiga* Segmen Psikografi masyarakat Bandaran sudah bisa dikatakan menengah ke atas sehingga kemungkinan menabung

besar. Hambatannya adalah adanya arisan, midreng, dan juga dari banyaknya lembaga keuangan yang ada di sekitar bandaran.

- b. *Targeting* : Peluang dari penentuan target pasar produk barokah di Bhakti Sumekar Cabang Bandaran mencakup seluruh kalangan sehingga dalam menginformasikan dan mempromosikan dilakukan secara umum kepada masyarakat. Sedangkan hambatannya yaitu sudah mulai berdiri lembaga keuangan syariah yang produk-produknya menyamai produk dari Bhakti Sumekar Cabang Bandaran
- c. *Positioning* : peluangnya pada saat nasabah mulai loyal terhadap produk dan pelayanan yang ada di Bhakti Sumekar Cabang Bandaran. Sedangkan hambatannya adalah munculnya kompetitor baru yang ada di bandaran.

D. Pembahasan

Berdasarkan paparan data dan temuan penelitian yang telah peneliti uraikan diatas, maka pembahasan berkenaan dengan Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, sebagai berikut:

1. Analisa *Segmenting, Targeting, dan Positioning* dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran

Pada dasarnya, setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri dalam berbisnis, baik perusahaan berskala kecil, menengah, ataupun besar. Di era globalisasi saat ini, perusahaan harus mampu untuk mengaplikasikan strategi

analisis yang efektif guna mengidentifikasi apakah harus mengembangkan, mempertahankan, atau malah menarik diri dari pasar.

Dalam menetapkan strategi pemasaran, perusahaan harus mampu membaca peluang dan kondisi pasar yang menjadi targetnya serta menilai posisinya di pasar. Dengan begitu, perusahaan dapat menentukan tujuan dan sasaran apa yang diharapkan akan dapat tercapai dalam bidang pemasaran, dan bagaimana kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang lembaga keuangan syariah. Dalam menjalankan aktivitasnya sebagai lembaga keuangan syariah perlu adanya analisis strategi pemasaran dalam memasarkan produk-produknya. Salah satu tujuan diadakannya strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan minat nasabah untuk menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran terutama pada produk tabungan Barokah.

Dalam memasarkan produk-produknya terutama pada produk tabungan Barokah dan untuk menarik minat nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran membutuhkan strategi yang baik dan relevan. Oleh sebab itu, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran memilih menggunakan strategi pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*).

a. *Segmenting*

Segmentasi adalah proses pengelompokkan pasar yang keseluruhan (heterogen) menjadi kelompok-kelompok tertentu. Segmentasi merupakan tahapan penting bagi sebuah bisnis yang dapat menentukan kira-kira pasar seperti

apa yang menjadi target pasarnya. Segmentasi adalah memilah dan mengelompokkan berbagai pelanggan sesuai dengan karakteristik, kebutuhan, tuntutan dan lain sebagainya.¹⁹

Segmentasi pasar yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran yaitu dari semua kalangan baik itu laki-laki atau perempuan, tua atau muda. Karena tabungan barokah ini memang cocok untuk siapa saja kecuali bagi anak sekolahan memang sudah ada tabungan khusus yaitu simpel (simpanan pelajar). Segmentasi disini di fokuskan pada para nelayan dan orang-orang di pasar bandaran. Karena mayoritas profesi masyarakat bandaran adalah nelayan. Adapun rinciannya sebagai berikut:

1) Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis merupakan pengelompokan pasar ke dalam beberapa bagian geografi yang berbeda seperti Negara, Negara bagian, wilayah, kota dan desa yang dipandang sangat potensial dan menguntungkan.²⁰ Pada segmen ini BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran memfokuskan pengelompokan nasabahnya pada masyarakat wilayah bandaran saja. Akan tetapi jika ada nasabah dari luar wilayah bandaran minat untuk menjadi nasabah juga di perbolehkan untuk menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

2) Segmentasi Demografis

¹⁹ Henky Hendrawan, “Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro – Bunda Culinary”, *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 7, no. 2 (Mei 2021): 129-130, <https://doi.org/10.31289/jkbm.v7i2.4505>.

²⁰ Warter Agustim, “Segmentation, Targeting And Positioning Analysis By Broadcasting Program Radio Mitra 97,0 Fm Batu City”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 4, no. 1 (April, 2017): 28, <https://doi.org/10.33366/ref.v4i1.514>

Segmentasi demografik membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pada variabel tertentu seperti jenis kelamin, umur, siklus kehidupan keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan. Faktor-faktor demografik merupakan dasar paling populer untuk membuat segmentasi kelompok pelanggan. Salah satu alasan adalah kebutuhan konsumen, keinginan dan tingkat penggunaan seringkali amat dekat dengan variabel demografik.²¹

Pada segmen ini BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran mengelompokkan calon nasabahnya berdasarkan pekerjaan atau profesinya. Dimana mayoritas masyarakat desa bandaran pekerjaannya adalah nelayan dan istrinya pedagang ikan hasil dari nelayan. Nasabah yang mau menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran ini diumumkan. Dalam artian semua orang bisa menabung baik itu nelayan, pedagang, ataupun pekerja kantoran.

3) Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis adalah Suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan membagi konsumen atas beberapa grup yang berbeda-beda dengan basis variabel gaya hidup dan kepribadian.²² Masyarakat di bandaran dan sekitarnya dilihat dari kehidupannya sudah bisa dikatakan menengah keatas. Hal itu bisa di buktikan banyak masyarakat bandaran sudah memiliki

²¹ Hari Wijaya & Hani Sirine, "Strategi Segmenting, Targeting, Positioning serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap", *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* 1 no. 3 (September, 2016): 179, <http://journal.uji.ac.id/index.php/ajie>.

²² Dadang Munandar, "Analisis Penentuan Segmen, Target, Dan Posisi Pasar Home Care di Rumah Sakit Al-Islam Bandung", *Majalah Ilmiah UNIKOM* 6 no. 2 (mei, 2011): 236, <https://jurnal.unikom.ac.id/jurnal/analisis-penentuan-segmen.h>

kapal sendiri. Selain itu jika ikut arisan kadang ada yang sejutaan, lima ratus ribuan dalam tiap minggu kadang tiap bulannya.

b. Targeting

Targeting atau penetapan pasar sasaran adalah suatu kegiatan menilai dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasukinya. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.²³

Penetapan target pasar yang dilakukan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran yaitu langkah untuk menetapkan target pasar yang akan dimasuki untuk memasarkan produk yang dimiliki BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran khususnya produk tabungan Barokah tidak membatasi target pasar untuk produk tabungan Barokah dengan menerima semua kalangan masyarakat akan tetapi lebih fokus kepada mereka yang berprofesi sebagai nelayan dan pedagang karena pada umumnya di bandaran peofesinya sebagai nelayan dan pedagang.

c. Positioning

Positioning merupakan penentuan posisi produk ataupun jasa suatu perusahaan yang sangat penting. Menentukan posisi pasar yaitu suatu tindakan untuk merancang penawaran perusahaan serta *image* yang baik sehingga menciptakan tempat dan nilai tersendiri dibenak konsumen.²⁴

Posisi dari produk tabungan barokah sudah mulai tertanam di benak nasabah. Hal itu disebabkan pelayanan yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran baik dan petugas menganggap nasabah seperti layaknya saudara

²³ Novan Yurindera, "Analisis Targeting dan Positioning Pasar Jasa Pendidikan Untuk Institut Bisnis Nusantar", *Jurnal Manajemen Bisnis* 15 no. 3 (September, 2012): 85, <https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/view/185>.

²⁴ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), 66.

sehingga para nasabah merasa nyaman di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran. Selain itu produk tabungan barokah juga saldo awal yang harus mengendap tidak besar hanya 10 ribu saja sudah aktif selamanya. Uang 10 ribu itu dapat diambil kembali oleh nasabah jika nasabah mau menutup tabungannya. Lagi dalam setiap bulannya tidak ada pemotongan baik administrasi ataupun yang lainnya. Malah dalam tiap bulan ada bagi hasilnya sesuai nisbah dan saldo tabungan milik nasabah. Sehingga salah seorang dari nasabah berkata bahwasanya jika dia memiliki uang untuk ditabung ataupun emas yang mau di gadaikan, maka dia tidak akan ke Lembaga keuangan lain, dia akan tetap di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

2. Peluang dan Hambatan *Segmenting, Targeting, dan Positioning* dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran

Dalam setiap strategi pemasaran yang digunakan pasti terdapat peluang dan hambatan. Peluang (*Opportunities*), yaitu adanya suatu peluang sehingga dapat mengambil kesempatan yang terdapat di pasar serta dapat mengatasi kelemahan yang ada. Sedangkan Ancaman/Hambatan (*Threats*), yaitu kecenderungan yang tidak menguntungkan dan mengancam kedudukan perusahaan dalam suatu persaingan pasar.²⁵ Berikut ini peluang dan hambatan dari *Segmenting, Targeting, dan Positioning* dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

²⁵ Syamruddin, "Analisis Peluang dan Tantangan serta Prospek Bisnis PT Citra Karsa Integritas Ditinjau dari Aspek Bauran Pemasaran", *Jurnal Madani* no. 2 (September, 2018): 493, <https://doi.org/10.33753/madani.v1i2.26>.

a. Segmenting

1) Geografis

Secara geografis letak dari BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran berada di bandaran yang merupakan jalan pedesaan dimana para penduduknya bermatapencarian sebagai nelayan sehingga jarak dari rumah-kerumah berdekatan dan biasanya berpola memanjang. Maka peluangnya adalah jika sosialisasi banyak masyarakat yang mendapatkan informasinya tanpa harus datang ke satu persatu rumah penduduk. Sedangkan hambatannya adalah jalur aksesnya terlalu sempit sehingga petugas kesulitan untuk melakukan kunjungan ke masyarakat. Dengan demikian petugas harus ekstra hati-hati untuk menjaga keselamatan.

2) Demografis

Dilihat dari segmentasi demografis, Peluang yang dapat di ambil oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran yaitu dapat bersosialisasi secara umum baik itu laki-laki atau perempuan dan semua kalangan, karena memang untuk tabungan barokah sendiri sangat cocok untuk semua kalangan. Sedangkan hambatannya adalah kadang kalah dengan arisan dan cicilan *mindreng* dalam setiap harinya. Para masyarakat banyak yang menyimpan uangnya dengan cara ikut arisan tersebut. Sehingga yang awalnya selalu nabung dengan jumlah besar sekarang sudah berkurang.

3) Psikografis

Masyarakat Bandaran sudah bisa dikatakan menengah ke atas sehingga kemungkinan menabung besar, oleh karena itu kesempatan bagi seluruh pengurus untuk melakukan promosi besar-besaran dengan harapan

banyak dari masyarakat yang menabung. Hambatannya adalah adanya arisan, midreng, dan juga dari banyaknya lembaga keuangan yang ada di sekitar bandaran yang produknya hampir mirip dengan produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

b. *Targeting*

Target pasar dari BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran merupakan seluruh masyarakat bandaran dan sekitarnya tanpa batasan umur, dan kalangan maka peluang dari penentuan target pasar produk barokah di Bhakti Sumekar Cabang Bandaran mencakup seluruh kalangan sehingga dalam menginformasikan dan mempromosikan dilakukan secara umum kepada masyarakat. Sedangkan hambatannya yaitu sudah mulai berdiri lembaga keuangan syariah yang produk-produknya menyamai produk dari Bhakti Sumekar Cabang Bandaran. Sehingga pihak BPRS Bhakti Sumekar cabang Bandaran harus membentuk strategi lain untuk mendapatkan nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah lama menabung di BPRS Bhakti Sumekar cabang Bandaran.

c. *Positioning*

Para nasabah yang sudah lama menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar cabang Bandaran akan merasakan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BPRS Bhakti Sumekar cabang Bandaran. Sehingga jika masyarakat sudah merasa nyaman dengan pelayanan yang ada di BPRS Bhakti Sumekar cabang Bandaran maka akan memudahkan pihak BPRS Bhakti Sumekar cabang Bandaran untuk berbincang-bincang dengan nasabah dengan harapan nantinya nasabah yang bersangkutan dapat memberitahukan dan mengajak familinya untuk menabung di BPRS Bhakti Sumekar cabang Bandaran. Maka dari itu Peluangnya pada saat

nasabah mulai loyal terhadap produk dan pelayanan yang ada di Bhakti Sumekar Cabang Bandaran akan memudahkan pihak BPRS untuk mendapatkan nasabah baru kerabat dari nasabah. Sedangkan hambatannya adalah munculnya kompetitor baru yang ada di bandaran, seperti berdirinya BMT NU. Selain itu banyaknya kredit mindreng sehingga setiap harinya penghasilan dari nelayan dan hasil penjualan ikan di pasar habis membayar tagihan tersebut.