

## BAB IV

### PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Objek Penelitian

##### 1. Latar Belakang Berdirinya Bank Sarana Prima Mandiri Pamekasan

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri secara resmi beroperasi pada tanggal 1 Juli 2008 berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia N0.10/41/KEP.GBI/2008 Jkt. 19 Juni 2008 yang diresmikan oleh Ibu Hj. Siti Fajriyah selaku Deputi Gubernur Bank Indonesia. Awal mula peresmian tersebut memakai nama PT BPRS Sarana Pamekasan Membangun dengan Kantor Pusat beralamat di Jl. KH. Agus Salim No. 20 Pamekasan. Seiring dengan dibukanya Kantor Cabang Bangkalan pada tahun 2011 maka pada tahun 2012 nama bank mengalami perubahan menjadi PT BPRS Sarana Prima Mandiri.

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

Bank Syariah SPM Pamekasan memiliki 1 Kantor Cabang di Jl. Trunojoyo No.56 Bangkalan dan 1 Kantor Kas di Jalan Raya Bandaran Pamekasan, mengajak kepada para muslimin dan muslimat untuk menabung dan berinvestasi di Bank Syariah SPM melalui produk Tabungan *Wadi'ah*,

Tabungan *Mudharabah* dan Investasi berupa Deposito *Mudharabah*. Dana Tabungan dan investasi nasabah siap kami salurkan kepada umat yang membutuhkan untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif melalui produk pembiayaan prinsip *Murabahah* dengan akad jual beli, prinsip *Mudharabah* dan Musyarakah dengan akad bagi hasil, dan prinsip Ijarah dengan akad sewa, serta Gadai Emas iB dengan akad *Al Qard*.

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

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

Adapun visi dan misi dari Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan adalah sebagai berikut :

### **a. Visi**

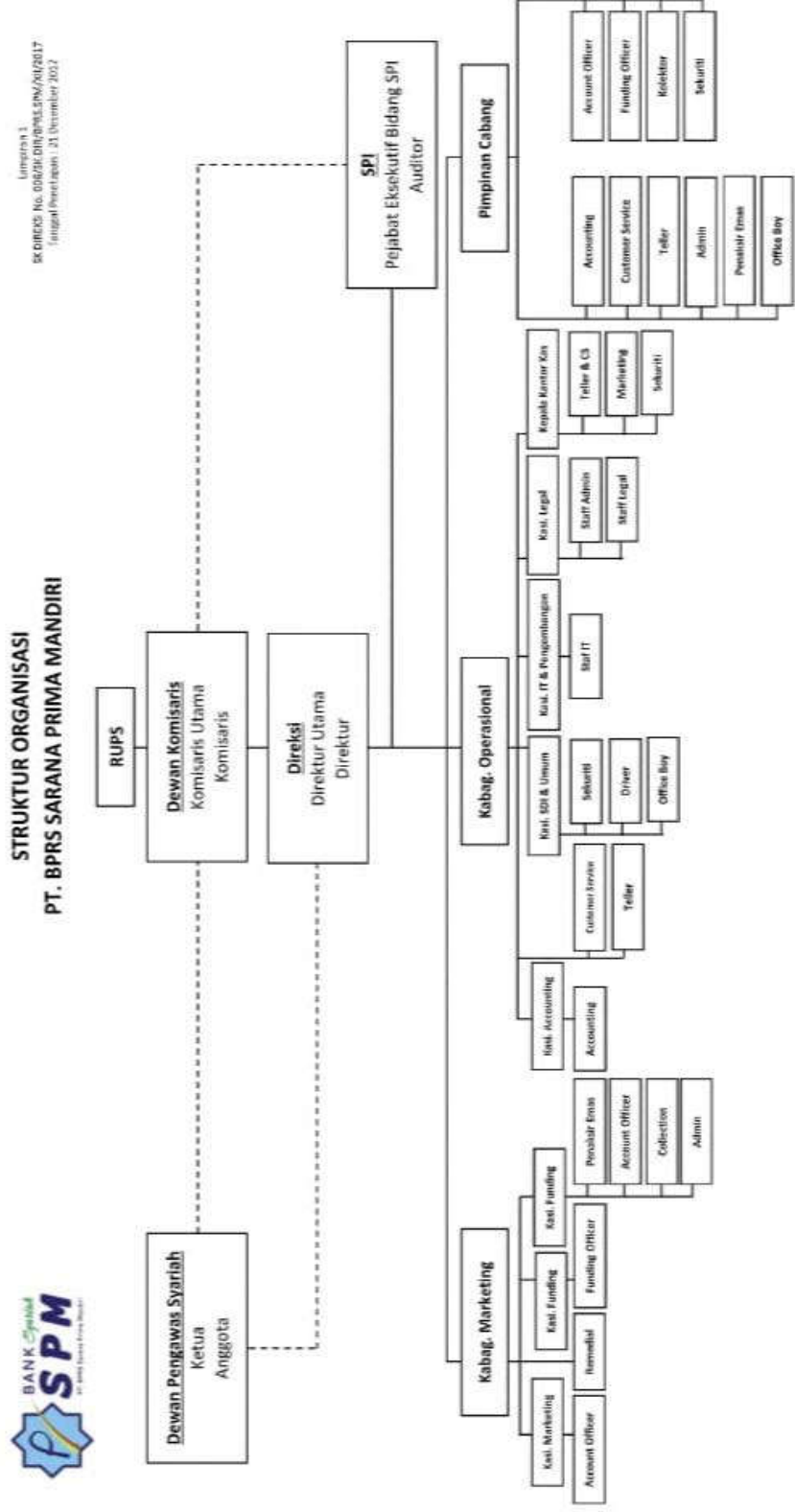
Menjadi Bank Syariah yang dekat dengan masyarakat dan terpercaya dalam usaha syariah.

### **b. Misi**

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

### 3. Struktur Organisasi Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan



Sumber : Data dokumentasi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan (2023)

#### **4. Produk – produk Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan**

##### **a. Tabungan Multiguna**

Produk tabungan multiguna merupakan produk simpanan dari Bank Syariah SPM untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari. Menggunakan akad *Wadi'ah yad dhamanah*. Yang mempunyai fasilitas atau keunggulan seperti, Setoran awal Ringan Rp 25.000 rupiah, Bebas biaya administrasi bulanan, Aman dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dan transfer Online antar Bank (bekerjasama dengan Bank Danamon Syariah). Untuk melakukan transaksi di tabungan multiguna harus melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk)/ SIM/ Paspor serta biaya administrasi perbulannya gratis tidak di pungut biaya sepeserpun kecuali buku tabungan yang rusak atau habis di kenakan biaya Rp 10.000.

##### **b. Tabungan Taubah/Haji**

Produk tabungan tabah/haji merupakan simpanan dari Bank Syariah SPM bagi calon jemaah Haji Reguler yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Dengan menggunakan akad *Wadi'ah yad dhamanah*. Yang setoran awalnya mulai Rp100.000, Bebas setiap saat menambahkan saldo, Gratis biaya administrasi bulanan, Pemotongan zakat secara otomatis dari bonus yang di dapatkan serta melakukan transaksi Online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kepastian porsi keberangkatan haji (bekerja sama dengan BMI dan Bank Jatim Syariah). Untuk syarat dalam membuka rekening *Taubah/Haji* cukup melampirkan fotokopi KTP

(Kartu Tanda Penduduk)/ SIM/ Paspor dan melampirkan fotokopi Kartu Keluarga (untuk pembukaan bagi anak-anak).

### **c. Tabungan Tarbiyah**

Produk tabungan tarbiyah merupakan simpanan dari Bank Syariah SPM untuk nasabah perorangan/ lembaga pendidikan untuk siswa-siswi SD, MI, M.Ts, SMP dan SMA. Dengan menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqoh*. Yang setoran awalnya hanya Rp 25.000, bebas biaya administrasi bulanan, aman dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), bagi Hasil besar dan kompetitif, bea Siswa Pendidikan untuk Siswa - Siswi yang berprestasi di Sekolah serta mendapatkan fasilitas buku tabungan Siswa dan *banner* pendidikan. Syarat untuk bergabung menggunakan produk tabungan tarbiyah cukup melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk)/ SIM/ Paspor, biaya administrasi per bulannya GRATIS tidak di pungut biaya sepesen pun.

### **d. Tabungan Qurban**

Produk tabungan Qurban merupakan simpanan dari Bank Syariah SPM bagi nasabah yang berniat untuk ber Qurban saat Idul Adha, dengan menggunakan akad *mudharabah*. Fasilitas yang di berikan kepada nasabah yaitu, Setoran awal mulai Rp 25.000, Bebas setiap saat menambahkan saldo, Gratis biaya administrasi bulanan, Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang Anda dapatkan, Kemudahan dalam merencanakan Qurban saat Idul Adha serta dapat dibukakan untuk anak-anak. Syarat untuk membuka tabungan Qurban yaitu melampirkan

fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk)/ SIM/ Paspor dan melampirkan fotokopi Kartu Keluarga (untuk pembukaan bagi anak-anak).

#### **e. Deposito**

Deposito merupakan produk investasi berjangka dari Bank Syariah SPM bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan bagi hasil besar sesuai nisbah bagi hasil yang disepakati, dengan menggunakan *akad Mudharabah Muthlaqah*. Memiliki Fasilitas / Keunggulan seperti, *Automatic Roll Over*/ perpanjangan otomatis saat jatuh tempo, Bagi Hasil yang kompetitif, Dapat dilakukan pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang Anda dapatkan, Pindah bukuan otomatis setiap bulan dari bagi hasil yang didapat ke rekening Tabungan Multiguna, Dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi hasil sesuai yang berlaku pada saat diperpanjang serta dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan. Syarat dan ketentuan untuk bergabung ke produk deposito yaitu untuk nasabah perorangan, melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk)/ SIM/ Paspor, untuk nasabah non-perorangan, melampirkan dokumen sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank Syariah SPM serta memiliki produk Tabungan Multiguna.

#### **f. Gadai Emas iB**

Produk 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. Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memberikan fasilitas untuk produk gadai emas seperti,

Persyaratan mudah dan proses cepat, Jenis emas yang dapat digadaikan : perhiasan ataupun emas batangan (LM atau lokal), Nilai pinjaman maksimal 90% emas perhiasan dan lantakan dari nilai taksir emas dan maksimal pinjaman Rp 250 juta/orang, Biaya administrasi ringan dan terjangkau berdasarkan berat emas, Biaya simpan & pemeliharaan dihitung harian, Jangka waktu pinjaman maksimal 120 hari dan dapat diperpanjang maksimal 2 kali, Fleksibilitas dalam pelunasan sesuai kemampuan serta dapat dilunasi sebelum jatuh tempo. Tak hanya itu juga persyaratannya pun terlalu mudah dengan membawa KTP dan membuka rekening Tabungan Multiguna iB (jika belum memiliki). Dengan biaya administrasi berupa biaya materai dan biaya taksiran mulai dari Rp 19.000 sampai dengan Rp 90.000 disesuaikan dengan berat emas dan nilai taksiran emas.

#### **g. Pembiayaan Modal Usaha Syariah**

Pembiayaan modal usaha syariah adalah fasilitas Pembiayaan untuk keperluan produktif seperti tambahan modal usaha. Dengan syarat dan ketentuannya seperti mengisi aplikasi permohonan pembiayaan, FC KTP Suami dan KTP Istri yang masih berlaku, FC Kartu Keluarga, FC Surat Nikah, FC NPWP, TDP, SIUP (jika ada), FC Jaminan kendaraan bermotor (FC BPKB, FC STNK, Gesek No. Rangka dan No. Mesin kendaraan, *kwitansi* pembelian sepeda motor), FC Jaminan Tanah dan Bangunan sebagai berikut: (FC Sertifikat (SHM), FC KTP Suami dan Istri pemilik SHM, FC Pajak terakhir)

#### ***h. Pembiayaan Mudharabah***

Pembiayaan *mudharabah* merupakan Akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh Bank dan Nasabah menggunakan akad *mudharabah*. Dengan syarat dan Ketentuan seperti, FC KTP Pemohon, FC KTP Istri/Suami Pemohon, FC Kartu Keluarga, FC Surat Nikah / Ket. Belum Menikah, FC NPWP (Pengajuan 50jt ke Atas), Asli Slip Gaji Bulan Terakhir (karyawan), FC Surat Keterangan Usaha / Legalitas (wiraswasta) dan jaminan berupa Sertifikat atau BPKB.

#### ***i. Pembiayaan Multijasa***

Pembiayaan *multijasa* merupakan penyediaan dana dalam rangka pemindahan manfaat atas jasa dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujroh*). Misalnya untuk biaya berobat, biaya pendidikan dan lain sebagainya. dengan syarat dan ketentuan seperti, Skim pembiayaan adalah sewa (Ijarah) atas jasa biaya berobat dan biaya pendidikan perguruan tinggi dll, Jangka waktu maksimal 5 tahun, Cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu dan potongan pelunasan sebelum jatuh tempo.

#### ***j. Pembiayaan Modal Kerja***

Pembiayaan modal kerja merupakan fasilitas Pembiayaan untuk keperluan produktif atau modal usaha, misalnya proyek pembangunan rumah, industri pertanian, perikanan, perdagangan, dan sektor usaha produktif lainnya. Dengan menggunakan akad bagi hasil Mudharabah/Musyarakah sesuai nisbah



yang disepakati antara bank dan nasabah atas usaha yang dibiayai dengan Jangka waktu maksimal 5 tahun.

#### ***k. Pembiayaan Mikro Mudharabah***

Produk pembiayaan mikro *mudharabah* sampai dengan Rp 2.000.000,- dengan jangka waktu 6 bulan menggunakan akad *mudharabah*. Dengan syarat dan ketentuan yaitu seperti, KK, FC KTP dan Surat nikah suami istri asli, Memiliki usaha produktif dan layak, Telah melakukan usaha secara aktif minimal 6 bulan terakhir, Bisnis berjenis *fast moving* artinya produk memiliki perputaran bisnis yang cepat, *Cash flow* dan setoran : harian/mingguan, Memiliki tempat usaha yang permanen (tidak berpindah-pindah), Memiliki karakter dan i'tikad baik, Ada Surat keterangan usaha dari Kepala Desa atau Kelurahan serta berdomisili kecamatan kota.

#### ***l. Payroll & Payment Point***

Produk *payroll* merupakan sebuah Layanan kepada nasabah yang memiliki instansi atau perusahaan untuk melakukan pembayaran gaji kepada pegawai/karyawannya secara massal melalui fasilitas yang disediakan oleh Bank BPRS SPM. Payment Point Online Bank (PPOB) adalah Layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan pembelian pulsa selular, token listrik, tagihan listrik, Telkom, PDAM, dll.

## **B. Paparan Data**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti di lapangan baik dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi maka dapat di paparkan sebagai berikut:

### **1. Strategi Pemasaran Produk Multiguna yang di Terapkan Pihak Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pasca Covid-19**

Setiap perusahaan dalam memasarkan suatu produknya menjalankan strategi pemasaran sehingga sasaran yang dituju diperolehnya. Strategi pemasaran dinyatakan sebagai dasar tindakan yang di mana mengarahkan pada kegiatan atau usaha pemasaran dan suatu perusahaan, dengan kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah dari waktu ke waktu, oleh karena itu agar mencapai tujuan yang sesuai dengan harapan. Jadi untuk menetapkan strategi pemasaran pemasar harus terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar yang di tuju.<sup>36</sup>

Dengan mengetahui situasi dan kondisi pasar dalam memasarkan produknya maka perusahaan dapat menentukan tujuan dan sasaran seperti apa yang di harapkan untuk mencapai sebuah pemasaran yang baik, sehingga kegiatan pemasaran dilakukan untuk mencapai keinginan yang di harapkan berdasarkan data yang peneliti kumpulkan dari hasil penelitian yang di lakukan. Strategi yang di lakukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya yaitu dengan cara *one day one street* di desa-desa, bagian pemasaran yang bertugas untuk memasarkan produknya menjelaskan kepada para

---

<sup>36</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*,.....,hlm. 170

nasabah tentang keunggulan-keunggulan yang terdapat pada produk tabungan multiguna. Tetapi sebelum melakukan pemasaran BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan terlebih dahulu memperhatikan mengenai segmentasi dan target pasar serta menentukan posisi pasarnya. Dengan mengetahui keadaan dan situasi pasar dari produknya, serta posisi perusahaan dalam memasarkan produknya di pasar, maka dapatlah di tentukan tujuan dan sasaran apa yang di harapkan akan dapat di capai dalam bidang pemasaran dan kegiatan yang harus di lakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut. Setelah memperhatikan tersebut baru BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menjalankan strategi pemasaran di mana strategi pemasaran yang di lakukan yaitu dengan cara penjualan langsung secara pribadi (*personal selling*) dan langsung mendatangi desa yang di jadikan pemasaran. Apabila terjadi loyalitas yang menurun maka pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan pemasaran kembali ke desa yang sebelumnya sudah dijadikan target pemasaran.

Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Ikbal selaku Kepala Bagian Funding di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mengemukakan bahwa :

“ Strategi pemasaran yang di lakukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pada produk multiguna sangat bagus, karena petugas bagian tabungan menggunakan strategi *door to door* yang di mana pihak karyawan mendatangi langsung kepada UMKM , PNS dan seluruh masyarakat Madura untuk melakukan pemasaran pada produk BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. strategi ini di gunakan untuk menarik minat nasabah dan mempertahankan para nasabah”<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> Wawancara dengan bapak Ikbal tanggal 09 Oktober 2023 di kantor BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Di tambah lagi oleh Siswandi salah satu karyawan PT BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan di bagian Funding mengemukakan bahwa :

“ Dalam strategi pemasaran yang di terapkan untuk memasarkan produk maka hal pertama yang di lakukan adalah melakukan segmentasi di mana dalam segmentasi ini pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan harus mengetahui apa yang dibutuhkan oleh nasabah, jadi kita memasarkan produk tabungan multiguna ini, kita jangan datang ke pasar-pasar tetapi kita harus mendatangi lembaga-lembaga atau pun sekolah yang bisa bersosialisasi, artinya pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan harus memperlihatkan keunggulan di dalamnya”.<sup>38</sup>

Hal serupa di katakan oleh bapak Trisno selaku karyawan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan di bagian kepala bagian *Landing* mengemukakan bahwa :

“ Sebelum kita melakukan strategi pemasaran ada beberapa langkah awal yang harus kita lakukan dulu dek, di mana langkah tersebut ialah melakukan promosi, dengan cara menyebarkan brosur kepada masyarakat, membuka stan di tempat keramaian serta memasarkan produknya menggunakan media sosial. Hal ini di lakukan agar masyarakat melakukan pengenalan terhadap produk yang tersedia di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan selain itu juga bisa memenangkan persaingan dengan lembaga keuangan lainnya”.<sup>39</sup>

Dari paparan data di atas dapat di simpulkan strategi pemasaran yang di gunakan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan khususnya produk tabungan multiguna yaitu dilakukan dengan menggunakan STP. *Segmentasi* pasar di mana karyawan di haruskan mengetahui apa yang di inginkan oleh calon nasabah dengan cara mendekati diri kepada masyarakat dengan cara bersilaturahmi. Untuk *targeting* yang di tetapkan yaitu semua kalangan tidak terkecuali seperti para UMKM, PNS maupun pengusaha. Sedangkan untuk *positioning* karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan terjun langsung ke masyarakat untuk

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan bapak Siswandi tanggal 09 Oktober 2023 di kantor BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

<sup>39</sup> Wawancara dengan bapak Trisno tanggal 09 Oktober 2023 di kantor BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

mempromosikan dan menjelaskan produk simpanan multiguna guna membangun keunggulan tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Selain itu juga melakukan *door to door* yaitu pihak karyawan terjun langsung dan mendatangi masyarakat atau calon nasabah sehingga bisa leluasa menjelaskan mengenai produk multiguna, selain itu pihak karyawan melakukan silaturahmi kepada para nasabah untuk memperkuat tali persaudaraan sehingga pihak karyawan bisa menjelaskan kelebihan-kelebihan produk tabungan multiguna, pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan promosi produk dengan menggunakan media sosial ataupun brosur-brosur yang di sebarakan kepada calon nasabah dan dengan adanya *voucher* belanja dapat menarik nasabah untuk melakukan transaksi simpan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan merupakan salah satu bank yang menawarkan fasilitas produk tabungan multiguna. Produk ini hadir untuk memudahkan nasabah perorangan dalam transaksi keuangan sehari-harinya. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan merupakan bank berdasarkan prinsip – prinsip Islam yang tidak terlepas dari persaingan-persaingan antar bank konvensional. Setiap usaha yang di lakukan bank dalam memasarkan produknya yang bertujuan untuk meningkatkan kembali sumber dana dengan cara menargetkan sejumlah nasabah atau calon nasabah baru yang sesuai dengan apa yang di rencanakan sebelumnya. Untuk itu BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan perlu adanya peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna pasca pandemi.

**Tabel 1.2**  
**Laporan Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Multiguna**

Tahun	Jumlah Rekening	Total Nasabah
2018	3221	12872
2019	2298	15170
2020	211	15381
2021	440	15821
2022	611	16432
2023	732	17164

Sumber: Data dokumentasi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan (2023)

## 2. Implementasi Strategi Pemasaran pada Produk Multiguna pada Masa Pandemi Covid-19

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan dengan bapak Tajuddin selaku bagian *funding* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menjelaskan tentang implementasi strategi pemasaran dalam memasarkan produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

“ Sebenarnya begini, implementasi pemasaran dalam memasarkan produk multiguna di lakukan sesuai dengan apa yang sudah di tetapkan seperti segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar yang sudah di rencanakan sebelum terjun langsung kepada nasabah. *segmentasi* di sini ada tiga segmen di antaranya itu yang *pertama*, segmen geografis pada segmen ini BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan pemetakan desa-desa yang nantinya akan menjadi target pemasaran produknya di antaranya desa blumbungan, larangan, dan juga di perluasan kecamatan lainnya, artinya di mana BPRS Sarana Sarana Prima Mandiri Pamekasan tidak memfokuskan hanya di daerah tertentu saja melainkan di luar kota atau pun di pelosok-pelosok di perbolehkan untuk menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Yang *Kedua* yaitu segmen demografis pada segmen ini BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menetapkan untuk anggotanya yaitu dari

berbagai profesi seperti pedagang, petani, PNS dan sebagainya. sedangkan dari segi usia, tidak ada batas usia karena pada pembukaan tabungan multiguna ini itu harus menggunakan KTP dan kartu identitas lainnya, dan jenis kelamin tidak di tentukan artinya laki-laki atau perempuan di perbolehkan untuk membuka rekening tabungan multiguna di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Langkah yang kedua yaitu menentukan target pasar (*targeting*) yang akan di jadikan target pasar yaitu dari semua kalangan, akan tetapi lebih di fokuskan kepada para pedagang ataupun para pembisnis karena mereka lebih membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhannya sehingga mereka tertarik untuk melakukan pembukaan rekening di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Langkah selanjutnya setelah menentukan target pasar yaitu menetapkan posisi pasar (*positioning*) terhadap pesaing, artinya tabungan multiguna ini bisa di ambil kapan saja, mudah dan perolehan bagi hasilnya lumayan besar dan setiap bulannya juga akan mendapatkan bonus yang di berikan kepada penabung ketika bulan ramadhan atau idhul fitri apabila tabungannya mencapai target yang sudah di tentukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan”.<sup>40</sup>

Dari pernyataan yang di sampaikan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi *segmenting, targeting dan positioning* sangat berperan penting dalam melakukan pemasaran produk di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan karena dengan adanya penerapan strategi tersebut maka pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dapat membaca peluang dan bisa mengetahui langkah apa saja yang akan di lakukan atau di terapkan dalam memasarkan produknya dan menjaga loyalitas anggota terhadap BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

Untuk memperkuat hasil wawancara, selanjutnya saya mewawancarai bapak Mohammad Syafiuddin selaku *Marketing* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mengemukakan bahwa :

“Dalam melakukan strategi pemasaran hal pertama yang perlu di lakukan oleh pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu *segmentasi* pasar di mana pada segmentasi ini menggunakan segmentasi pasar yang berbeda yakni dari semua kalangan profesi seperti pedagang, pegawai , petani dan lain sebagainya. selanjutnya *targetting* yang di mana pihak BPRS Sarana

---

<sup>40</sup> Wawancara dengan bapak Tajuddin tanggal 11Oktober 2023 di kantor BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Prima Mandiri Pamekasan tidak memilih target pasar dalam artian semua kalangan di perbolehkan untuk bergabung membuka rekening tabungan multiguna di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Selanjutnya yaitu *positioning* di mana BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan harus memiliki dan memperlihatkan keunggulan atau keunikan yang di milikinya sebagai cara menarik minat masyarakat untuk menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan seperti tabungan multiguna ini bisa di ambil kapan saja dengan mudah, cepat dan aman.”<sup>41</sup>

Sesuai hasil observasi yang di lakukan oleh penulis mengetahui bahwasanya PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sebelum memasarkan produknya harus terlebih dahulu memperhatikan situasi dan kondisi serta posisi pasarnya, agar nantinya ketika BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menerapkan strategi pemasarannya dapat memperoleh hasil yang maksimal. Di mana langkah pertama yang di lakukan PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam menentukan *segmentasi* pasarnya menggunakan segmentasi berdasarkan wilayah/ *geografis*, *demografis* dan *psikografis* sehingga dari pembagian tersebut dapat mengetahui keinginan calon nasabahnya. Selanjutnya, *targeting* di mana pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan lebih fokus kepada mereka yang berprofesi sebagai pedagang dan petani karena merekalah yang sangat membutuhkan dana guna memenuhi kebutuhan hidup atau kebutuhan usahanya. Langkah terakhir yaitu *positioning*, di mana BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan harus memiliki dan memperlihatkan keunikan/ ciri khas dari produknya kepada si calon anggota guna memberikan ketertarikan di benak nasabah baru.

---

<sup>41</sup> Wawancara dengan bapak Udin tanggal 11 Oktober 2023 di kantor BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan



### 3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Memasarkan Produk Multiguna Pasca Covid-19

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan dengan bapak Ikkal selaku kepala bagian *funding* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menjelaskan tentang faktor penghambat dan faktor pendorong dalam memasarkan produk multiguna pada masa pandemi Covid-19.

“ Untuk faktor pendukung dalam memasarkan produk multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pada masa pandemi Covid-19 yaitu kita menggunakan STP (*segmentation, targeting, positioning*) maka usaha dalam memasarkan produknya lebih tepat sasaran kepada nasabah yang membutuhkan, lebih efisiensi serta lebih menghemat terhadap waktu, tenaga maupun biaya yang di keluarkan. Selain itu faktor pendukung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pada masa pandemi yaitu pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memberikan hadiah *voucher* belanja yang tentunya dapat menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi menabung, menggunakan *background* syariah di mana uang yang disimpan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan lebih barokah, bagi hasilnya lebih besar dan selalu mengedepankan layanan antar jemput kepada para nasabah yang hendak melakukan transaksi menabung. Sedangkan faktor penghambat dalam memasarkan produk multiguna pada masa pandemi yaitu fasilitas yang digunakan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menggunakan manual tidak menggunakan *M-banking* sehingga untuk melakukan transaksi menabung di kantor nasabah harus antri satu persatu untuk masuk ke dalam kantor dengan membawa kartu vaksin, sehingga menyulitkan para nasabah untuk melakukan transaksi menabung. Maka dari itu BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan harus mampu menciptakan solusi agar nasabah lama maupun calon nasabah yang baru tetap bertahan dan tertarik untuk melakukan transaksi di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan”<sup>42</sup>

Sesuai dengan hasil observasi yang di lakukan oleh penulis di lapangan untuk faktor pendorong dan faktor pendukung dalam memasarkan produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pada masa pandemi yaitu pihak BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan menggunakan STP

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan bapak Ikkal tanggal 15 Oktober 2023 di kantor BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

(*segmentasi, targeting, poistioning*) faktor pendukungnya lebih tepat sasaran untuk memasarkan produk multiguna , lebih efisiensi, lebih menghemat waktu, tenaga dan biaya. Selain itu pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memberikan hadiah berupa *voucher* belanja yang bisa di gunakan oleh nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sehingga para nasabah tertarik untuk bergabung dengan melakukan transaksi di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Sedangkan untuk penghambatnya yaitu kurangnya fasilitas M-banking yang di sediakan oleh pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam melakukan transaksi pada era pandemi dikarenakan para nasabah harus mengantri dan bergantian masuk ke dalam kantor untuk melakukan transaksi di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

#### **4. Cara Memaksimalkan Faktor Pendukung dan Mengantisipasi Hambatan Terhadap Produk Multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pasca Covid-19**

Berdasarkan hasil dari wawancara di lapangan dengan bapak Tajuddin selaku bagian *funding* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menjelaskan tentang cara memaksimalkan faktor pendukung pada masa pandemi yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

“BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan untuk memaksimalkan faktor pendukung pada masa pandemi yaitu kita melakukan evaluasi baik dari wilayah target dan posisi pasar serta kita harus secepat mungkin mendatangi lembaga-lembaga untuk mengajak para nasabah menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Kita membagi waktu dalam melakukan pemasaran misalnya hari ini kita melakukan sosialisasi ke lembaga-lembaga ataupun organisasi-organisasi yang mau menerima kita dalam menawarkan produk yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, selanjutnya pada hari berikutnya kita melakukan terjun langsung ke lapangan dengan

menggunakan APD yang sudah di anjurkan oleh pemerintah untuk mencari nasabah-nasabah yang hendak bergabung bersama kami, hal ini kami lakukan sampai ada peningkatan jumlah nasabah yang melakukan transaksi di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan”.<sup>43</sup>

Berdasarkan hasil dari wawancara di lapangan dengan bapak Suswandi selaku bagian *funding* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menjelaskan tentang cara mengantisipasi hambatan produk multiguna pada masa pandemi yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

“BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mengantisipasi hambatan dalam memasarkan produk multiguna dengan cara melakukan promosi secara terus menerus kepada para nasabah baik dengan melakukan promosi media sosial maupun promosi dengan menyebar brosur-brosur dan mendatangi para nasabah dari rumah ke rumah ataupun sosialisasi dengan pihak lembaga maupun organisasi. Selain itu pula kita memberikan *reward* kepada para nasabah yang melakukan transaksi menabung terbanyak , serta berusaha meyakinkan masyarakat bahwasanya menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan di jamin aman dan bagi hasilnya lumayan besar. Setiap hari pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan promosi dengan menawarkan produk-produknya khususnya produk tabungan multiguna sehingga nasabah yang ingin bergabung terus bertambah setiap harinya. Dengan lebih giat dalam memasarkan produknya untuk mencari nasabah makan hal ini dapat mengatasi hambatan-hambatan pasca covid-19.”<sup>44</sup>

Sesuai hasil observasi yang dilakukan oleh penulis dengan karyawan bagian *funding* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam memaksimalkan faktor pendukung pasca covid-19 yaitu pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan pembaharuan dan evaluasi mengenai pemasaran baik dari wilayah target dan posisi pasar dalam memasarkan produknya, selain itu BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan gerak cepat untuk mengajak para nasabah melakukan transaksi menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri

---

<sup>43</sup> Wawancara dengan bapak Tajuddin tanggal 17 Oktober 2023 di kantor BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

<sup>44</sup> Wawancara dengan bapak Suswandi tanggal 20 Oktober 2023 di kantor BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Pamekasan yaitu dengan melakukan sosialisasi ke lembaga maupun organisasi yang sudah menjadi target pemasaran sebelumnya. Sedangkan untuk mengantisipasi hambatan terhadap produk multiguna di masa pandemi covid-19 yaitu dengan melakukan promosi secara terus menerus kepada para nasabah dengan melakukan berbagai macam cara yaitu di antaranya yaitu mempromosikan lewat media sosial ataupun dengan menyebarkan brosur-brosur kepada para nasabah dari rumah ke rumah ataupun mengadakan sosialisasi kepada lembaga-lembaga ataupun organisasi yang mau di adakan sosialisasi oleh pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

### **C. Temuan Penelitian**

Berdasarkan data temuan yang diperoleh peneliti di lapangan dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi, peneliti memperoleh beberapa temuan-temuan penelitian yang dapat di tampilkan yaitu sebagai berikut di antaranya sebagai berikut :

#### **1. Strategi Pemasaran Produk Multiguna yang di Terapkan Pihak Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan Pasca Covid-19**

Strategi pemasaran merupakan suatu langkah yang akan di lakukan oleh setiap organisasi untuk tercapainya sebuah tujuan organisasi tersebut yaitu penjualan tabungan kepada nasabah strategi yang di lakukan PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam menetapkan strategi pemasarannya yaitu menggunakan STP (*segmentasi, targeting, positioning*) dan setelah itu baru lah PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menerapkan strategi pemasarannya.

- a. Melakukan segmentasi, segmetasi pasar hal ini bertujuan untuk melihat peluang yang berkenaan dengan tujuan yang ingin di capai oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu bagaimana cara BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melihat apa yang mereka butuhkan dalam setiap orang.
- b. Seorang pimpinan harus menentukan target pasar di mana target pasar harus sesuai dengan produk yang akan pegadaian tawarkan misalnya tabungan multiguna maka mereka harus mendatangi para pedagang atau para petani karena target pasar pada produk ini sangat cocok untuk mereka.
- c. Langkah selanjutnya BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan harus menentukan posisi pasarnya , yang mana pihak karyawan harus menampilkan kelebihan yang terdapat pada produk tabungan multiguna ini sehingga nantinya calon nasabah akan tertarik terhadap kelebihan-kelebihan yang di dapat di bandingkan produk dari lembaga-lembaga lain.
- d. Setelah melakukan STP (*segmenting, targeting* dan *positioning*) baru lah pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menerapkan strategi pemasaran menggunakan cara sosialisasi ke pasar (khalayak umum) untuk menawarkan produk tabungan multiguna ini dan juga langsung melakukan cara *door to door* yang mungkin salah satu ibu rumah tangga di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan kenal.

## **2. Implementasi Strategi pemasaran pada Produk Tabungan Multiguna Pasca Covid-19**

- a. *Segmenting, pertama* yaitu segmen geografis pada segmen ini BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan pemetakan desa-desa yang sebelumnya

sudah menjadi target pemasaran produknya. Yang *kedua* yaitu segmen demografis pada segmen ini BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menetapkan untuk anggotanya yaitu dari berbagai profesi seperti pedagang, petani dan pegawai. Sedangkan dari segi usia, tidak ada batas usia karena dalam pembukaan tabungan multiguna memerlukan identitas KTP dan identitas lainnya, dan jenis kelamin tidak di tentukan artinya laki-laki maupun perempuan di perbolehkan untuk menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *Ketiga*, segmen psikografis pada segmen ini BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menetapkan target anggotanya pada kalangan yang kehidupannya menengah ke bawah.

- b. Menentukan target pasar (*targeting*) yang di mana semua kalangan tetapi lebih memfokuskan pada kalangan pedagang atau petani. Artinya BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan lebih memfokuskan target pasarnya itu pada mereka yang berprofesi sebagai pedagang atau pun petani karena kebanyakan yang berprofesi pegawai lebih memilih menabung di bank atau lembaga keuangan lainnya.
- c. Langkah selanjutnya menentukan posisi pasar, artinya BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan harus memiliki dan memperlihatkan keunikan atau ciri khas dari tabungan multiguna kepada si calon nasabah yang di mana tabungan tersebut bisa di ambil kapan saja.

### **3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Memasarkan Produk Tabungan Multiguna Pasca Covid-19**

- a. Untuk faktor pendukung kita lebih ke tepat sasaran dalam memasarkan produk tabungan multiguna. Hal ini di gunakan untuk mempercepat waktu yang di keluarkan, tenaga dan biaya sehingga menjadi lebih efisiensi. Selain itu pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memberikan hadiah atau *voucher* belanja bagi nasabah yang sudah mencapai target pemasaran yang telah di tetapkan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan hal ini di lakukan agar nasabah berlomba-lomba dalam melakukan transaksi keuangan pada produk multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.
- b. Untuk hambatan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu kurangnya terhadap fasilitas *M-banking*, di mana fasilitas tersebut dapat membatu memudahkan para nasabah lama atau pun yang baru dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus melakukan transaksi di teller.

### **4. Cara Memaksimalkan Faktor Pendukung dan Mengantisipasi Hamabatan Terhadap Produk tabungan Multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan Pasca Covid-19**

- a. Untuk memaksimalkan faktor pendukung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan evaluasi baik yang menyangkut wilayah target, selain itu faktor pendukungnya yaitu pihak karyawan melakukan pemasaran secepat mungkin dalam memasarkan produk tabungan multiguna kepada para calon nasabah untuk mengantisipasi pesaing.

- b. Untuk mengatasi hambatan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu pihak karyawan melakukan promosi kepada para masyarakat yang hendak menabung dengan menyebarkan brosur-brosur kepada nasabah serta melakukan promosi lewat media sosial.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan hasil temuan peneliti yang diperoleh dari lapangan melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi akan dibahas secara rinci dengan memaparkan strategi pemasaran, implementasi pemasaran, faktor penghambat dan faktor pendukung, dan memaksimalkan faktor pendukung serta mengatasi hambatan-hambatan dalam memasarkan produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

##### **1. Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Multiguna yang di Terapkan oleh Pihak Bank BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pada Masa Pandemi Covid-19?**

Strategi pemasaran merupakan bagian terpenting dalam pemasaran. Peran strategi pemasaran dapat kita gunakan dengan cara menetapkan sebuah keputusan yang akan diambil dengan matang sehingga memperoleh hasil yang sesuai dengan harapan. Produk multiguna yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mulai berkembang pada tahun 2008, lalu produk tersebut dinikmati dan digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan simpanan setiap harinya. Keuntungan dari produk multiguna tersebut terletak pada bebas biaya administrasi perbulannya dan untuk akad yang dipakai yaitu akad *Wadi'ah yad dhamanah* di



mana pihak yang menerima titipan boleh memanfaatkan titipan tersebut. selain itu untuk setorannya bisa di lakukan kapan saja dengan setoran awal Rp. 25.000 dan setoran berikutnya minimal Rp. 10.000 hal tersebut menjadi keunggulan dari produk multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

Dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan di jalankan, perusahaan harus terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi pasar dari produknya serta posisi perusahaan dalam memasarkan produknya di pasar, maka dapatlah di tentukan tujuan dan sasaran apa yang di harapkan dapat di capai dalam bidang pemasaran, dan kegiatan yang harus di lakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

Selanjutnya BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan STP (*segmenting, targeting, positioning*) yang di mana *segmenting* itu sendiri merupakan langkah awal yang harus di lakukan perusahaan yang bertujuan supaya produk yang di tawarkan oleh *marketing* akan sesuai dengan apa yang di butuhkan oleh masyarakat. Sehingga nantinya produk yang di tawarkan oleh *marketing* tersebut akan di minati oleh masyarakat yang memang membutuhkan produk yang di tawarkan. biasanya pihak *marketing* melakukan pendataan dengan mengelompokkan kelas menengah ke bawah seperti para pedagang, petani dan pembisnis yang baru memulai usahanya, hal ini bertujuan untuk mempermudah pihak *marketing* dalam melakukan pemasaran.

Langkah selanjutnya melakukan *targeting* yang di mana pihak perusahaan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan harus menentukan target pasar yang sesuai dengan produk tabungan multiguna. Dan target pasar pada produk

tabungan multiguna ini yaitu pedagang, petani dan pembisnis karena mereka sangat cocok pada produk ini dalam artian produk multiguna sangat membantu mereka dalam mengembangkan usaha ataupun dalam kebutuhan sehari-harinya. Biasanya target pemasaran lebih di fokuskan kepada desa yang penduduknya lebih dominan ke kelas menengah ke bawah seperti di desa blumbungan, proppo, waru dan pegantenan sekitarnya. Hal ini bertujuan membantu pihak *marketing* dalam melakukan pemasaran dapat menghemat tenaga, pikiran dan biaya yang di keluarkan dalam artian usaha yang di lakukan tidak sia-sia. Terakhir pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menetapkan posisi pasar, di mana BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan harus menunjukkan keunikan atau kelebihan yang terdapat dalam produk tabungan multiguna ini, seperti bebas administrasi setiap bulannya dan setoran awal minimal Rp. 25.000 rupiah, sehingga nantinya masyarakat akan tertarik pada produk multiguna ini dan siap untuk bergabung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

Setelah BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan STP barulah BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menjalankan strategi pemasarannya. Strategi pemasaran yang di lakukan yaitu penjualan pribadi (*personall selling*) maksudnya yaitu karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang mempunyai family, tetangga atau teman kerja maka karyawan tersebut harus mendatangi orang-orang tersebut untuk menawarkan produk yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dan mengajaknya bergabung menjadi nasabah baru di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Selain itu pula BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menggunakan cara sosialisasi ke masyarakat dengan

cara mendatangi rumah ke rumah guna memasarkan produk multiguna ini dan menjelaskan keunggulan/keunikan dari produk multiguna tersebut.

## **2. Bagaimana Strategi Implementasi Pemasaran pada Produk Tabungan Multiguna pada Masa Pandemi Covid-19?**

Dalam menjalankan aktivitasnya sebagai lembaga keuangan perlu adanya analisis strategi pemasaran dalam memasarkan produk-produknya. Hal ini sebagai penunjang aktivitas pemasaran produk di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, salah satu tujuan pemasarannya adalah untuk meningkatkan kembali jumlah nasabah pasca Covid-19 yang di mana pada masa pandemi mengalami penurunan nasabah sangat drastis pada produk multiguna tersebut. tujuan tersebut akan di capai apabila bagian pemasaran melakukan strategi yang baik untuk dapat menggunakan peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi perusahaan di pasar dapat di pertahankan dan ditingkatkan.

BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam memasarkan produknya perlu adanya strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran produk multiguna ini di lakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah nasabahnya dengan melakukan perumusan dalam memilih dan menetapkan pasar sasaran yang akan di tuju menggunakan STP, yaitu *segmenting*, *targeting* dan *positioning*.

*Segmenting* merupakan proses membagi-bagi pasar menjadi kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan. Segmentasi yang di lakukan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu menggunakan segmentasi pasar yang berbeda mulai dari semua kalangan profesi, selanjutnya dalam menetapkan wilayahnya BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menetapkan wilayahnya di

berbagai desa ataupun kota sehingga tidak terpatok pada desa-desa tertentu saja, akan tetapi menyebar luas di kota Pamekasan.

Segmentasi di bagi menjadi tiga bagian yaitu segmentasi geografis, demografis dan psikografis. Untuk segmentasi geografis di sini BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan pengelompokan anggota menjadi beberapa bagian pasar menurut skala wilayah. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mengelompokkan anggotanya dengan memilih beberapa desa di kecamatan kadur, di mana BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan pemetakan desa-desa yang nantinya akan menjadi target pemasaran produk multiguna tersebut. Untuk segmentasi demografis, BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menetapkan untuk anggotanya dari berbagai profesi tidak terkecuali. Sedangkan dari segi usia tidak ada batasannya karena dalam pembukaan rekening yang di perlukan identitas seperti KTP dan identitas lainnya, sedangkan untuk jenis kelamin tidak di tentukan artinya laki-laki ataupun perempuan di perbolehkan untuk menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Segmentasi yang terakhir yaitu psikografis, di mana pada segmen ini di lakukan dengan cara pengelompokan anggota atau nasabah berdasarkan kriteria tertentu seperti gaya hidup, karakteristik kepribadian nasabah dan sebagainya maka dari itu BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menetapkan target anggotanya pada mereka yang kehidupannya menengah kebawah.

*Targeting* merupakan proses mengevaluasi segmen pasar yang mana yang akan di layani dan yang di tuju. Penetapan target pasar yaitu langkah untuk menetapkan target pasar yang akan di masuki untuk memasarkan produk

multiguna yang di miliki BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, target pasar yang akan di masukinya adalah semua kalangan yakni yang tidak membatasi target pasar tetapi lebih menfokuskan kepada profesi petani, pedagang dan pembisnis karena profesi tersebut sangat membutuhkan lembaga keuangan yang aman dan dapat di percaya untuk memenuhi kebutuhan usahanya. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan target pemasaran dengan cara mendatangi langsung dan bersilaturahmi kepada para masyarakat yang sebelumnya sudah menjadi target pemasar, di sini pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mengutarakan maksud dan tujuannya dan melakukan pengenalan kepada masyarakat tersebut tentang produk multiguna yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

*Positioning* merupakan penentuan posisi produk ataupun jasa suatu perusahaan yang sangat penting. Dalam menawarkan posisi pada produk tabungan multiguna ini BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan akan menjelaskan keunikan/keunggulan dari produk multiguna tersebut hal ini dapat menarik masyarakat untuk bergabung dan melakukan transaksi di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Keunikan/keunggulan yang di sampaikan kepada masyarakat tersebut seperti keunggulan tentang bebas administrasi perbulannya dan setoran awalnya minimal Rp. 25.000 rupiah saja dapat membuka tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Hal ini di lakukan agar masyarakat memiliki keinginan untuk bergabung dan menjadi calon nasabah baru di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan tanpa memikirkan biaya tambahan lainnya di kemudian hari.

Setelah melakukan strategi STP maka langkah selanjutnya yaitu BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabahnya yakni melakukan *door to door* kepada calon nasabah dengan cara bersilaturahmi dan melakukan pengenalan terhadap produk multiguna dengan menyebarkan brosur serta menawarkan produk multiguna yang dimiliki BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan kepada masyarakat atau pun kepada para pedagang yang ada di wilayah tersebut.

### **3. Apa Saja Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung dalam Memasarkan Produk Multiguna pada Masa Pandemi Covid-19?**

Faktor penghambat dalam memasarkan produk multiguna pada masa pandemi yaitu pihak BPRS Sarana Prima mandiri Pamekasan yaitu kurangnya fasilitas yang disediakan oleh pihak SPM seperti *M-banking* di mana nasabah yang ingin menarik uangnya atau pun menabung uangnya sangat kesulitan karena karyawan yang bertugas bagian tabungan hanya beberapa orang saja sedangkan nasabah yang memerlukan pelayanan sangat banyak, oleh karena itu *M-banking* dibutuhkan oleh pihak nasabah untuk mengatasi hal yang tidak diinginkan. Selain itu *M-banking* diperlukan untuk mempermudah para nasabah lama ataupun yang baru dalam melakukan transaksi menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Sedangkan untuk faktor pendukung dalam memasarkan produk multiguna yaitu pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menggunakan STP (*segmentasi, targeting, positioning*) di mana peluang yang didapatkan lebih tepat sasaran dalam memasarkan produk multiguna, tak hanya itu juga tenaga,

waktu maupun biaya sangat diperlukan agar usaha yang dilakukan itu tidak terbuang dengan sia-sia.

#### **4. Bagaimana Cara Memaksimalkan Faktor Pendukung dan Mengantisipasi Hambatan Terhadap Produk Multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pasca Covid-19?**

Dalam memaksimalkan faktor pendukung yaitu di mana pihak karyawan melakukan evaluasi baik yang menyangkut wilayah target dan posisi pesaing, pihak karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mendatangi masyarakat ataupun lembaga-lembaga untuk mengajak bergabung di BPRS Sarana Prima Mandiri dalam melakukan transaksi menabung seperti mengadakan sosialisasi kepada lembaga ataupun organisasi guna menarik calon nasabah yang baru. kegiatan dalam menawarkan produk tidak dilakukan di hari tertentu saja melainkan dilakukan setiap hari guna menambah nasabah di setiap harinya, pihak karyawan akan menjelaskan tentang keunggulan dan fasilitas yang didapatkan jika nasabah sudah menjadi nasabah baru di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Untuk mengantisipasi adanya hambatan terhadap produk tabungan multiguna yaitu pihak karyawan SPM melakukan promosi kepada para masyarakat sembari meyakinkan masyarakat bahwa menabung di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dijamin aman. Pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan juga memberikan *reward* kepada para nasabah yang lama ataupun yang baru berupa *voucher* belanja di toko swalayan apabila nasabah tersebut sudah mencapai target yang sudah disediakan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri

Pamekasan, biasanya hadiah atau bingkisan tersebut di berikan pada saat bulan suci Ramadhan atau Idul Fitri.