

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Profil BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

a. Sejarah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

BPRS Bhakti Sumekar (dahulu bernama BPR Bhakti Sumekar) adalah sebuah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kabupaten Sumenep. Bank ini didirikan pada tanggal 16 September 2002 dengan bentuk perseroan terbatas (PT), kemudian dalam perkembangannya berubah status menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD).

Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah NO. 25 tentang kewenangan pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai daerah otonomi, maka kewenangan otonomi saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan segala urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikut perangkatnya. Serta untuk mneingkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yang diharapkan dapat memenuhi tujuan tersebut. Dimana pada gilirannya Lembaga Keuangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan dan

mendayagunakan perekonomian daerah guna mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata.

Bentuk lembaga Keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah Sumenep yang sangat ideal adalah Lembaga Keuangan Mikro, dalam hal ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Untuk memenuhi maksud dan tujuan tersebut diatas Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidiarjo yaitu PT. BPR DANA MERAPI untuk kemudian direlokasi ke Kabupaten Sumenep.

Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. BPR Dana Merapi Pemkab. Sumenep membuat Memorandum Of Understanding (MOU) dan 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 ditanda tangani oleh Bupati Sumenep dan PT Bank Syariah Muamalat Indonesia,Tbk pada tanggal 27 Desember 2001. Dalam MOU tersebut pihak PT. Bank Muamalat sebagai pelaksanaan dalam proses pengambil alihan BPR serta bertanggung jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perijinan, rekrutmen, pelatihan dan pembinaan.

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

b. Badan Hukum

PT. BPR DANA MERAPI didirikan berdasarkan akta notaris Yanita Poerbo SH No 64 tanggal 30 Juli 1992 dan telah disahkan oleh Menteri

Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan nomor C2-392.HT.01.01.TH 1993 tanggal 22 Januari 1993. Rencana akuisisi dari Pemerintah Kabupaten Sumenep telah memperoleh rekomendasi dan persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep tanggal 19 Nopember 2001 dengan nomor 910/953/435.040/2001. Dan telah disetujui pula oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 Februari 2002 dengan Surat Persetujuan Nomor 4/5/DPBPR/P3BPR/Sb.

Dalam perkembangannya PT. BPR Dana Merapi telah mengalami perubahan nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar dengan Akta Nomor 24 tanggal 16 September 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto, SH dan Persetujuan dari Bank Indonesia nomor 04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 November 2003. Pemerintah Kabupaten Sumenep telah mengesahkan dalam sebuah Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 6 Tahun 2003 Tanggal 31-07-2003 tentang pendirian PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Bhakti Sumekar.

Perubahan Sistem Konvensional menjadi Sistem Syari'ah dan perubahan nama PT. BPR Bhakti Sumekar menjadi PT. BPRS Bhakti Sumekar dalam Akta notaris Sukarini SH notaris di Sidoarjo No.1 tanggal 1 Nopember 2003 telah mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No.C-01389HT.01.04.TH.2004 tanggal 19 Januari 2004 dan persetujuan izin prinsip Bank Indonesia No.6/606/DPbs Jakarta tanggal 21 Mei 2004 serta Bank Indonesia Cabang No.6/353/DPBPR/IDBPR/Sb tanggal 22 Juni 2004.

Dan Ijin Perubahan Kegiatan Usaha Konvensional Menjadi Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah dari Gubernur Bank Indonesia

No.6/74/KEP.GBI/2004 tanggal 22 September 2004 dan beroperasi secara prinsip syariah mulai 22 Oktober 2004.

c. Visi dan Misi

1. Visi

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

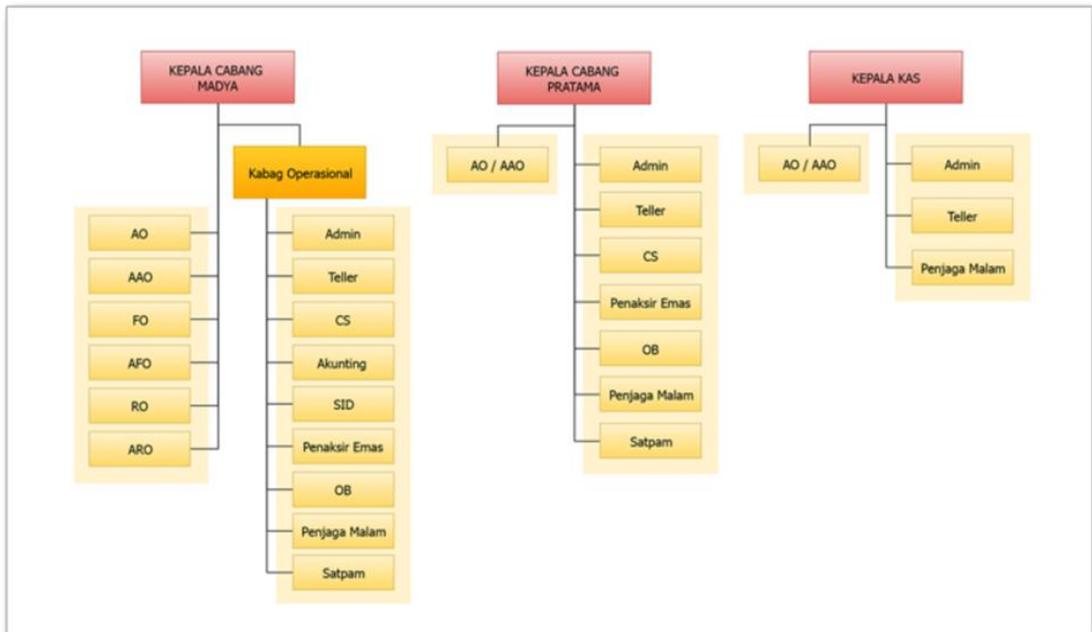
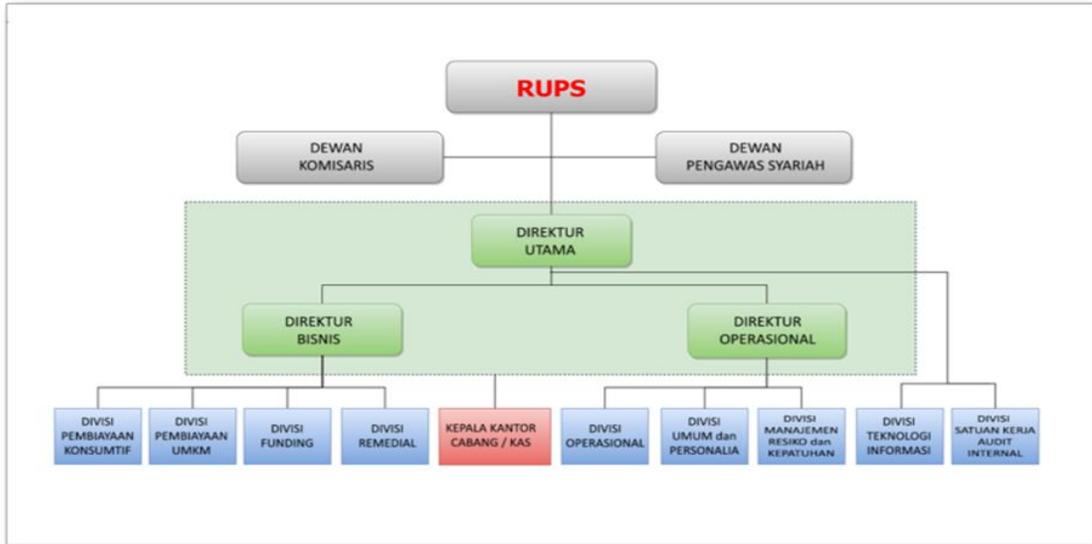
2. Misi

- a) Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasar syariah.
- b) Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.
- c) Mengupayakan peningkatan pendapatan asli daerah.

a. Struktur BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep

Gambar 3.1

Struktur BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep



b. SOP Divisi di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep

1. Kepala Cabang

Tugas & Tanggung jawab:

- a. Memimpin dan mengendalikan kantor cabang.
- b. Menjaga kualitas layanan prima.
- c. Mempromosikan produk-produk pembiayaan dan pendanaan.
- d. Menghimpun dana dari masyarakat, institusi dan lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan.
- e. Mengelola pembiayaan dengan plafon s/d Rp 25 juta per nasabah.
- f. bertanggung jawab terhadap penyelamatan dan penyelesaian pembiayaan tergolong kurang lancar.
- g. Bertanggung jawab kepada Direksi.

2. Kepala Bagian Operasional

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Merencanakan, mengarahkan, dan mengawasi serta mengevaluasi seluruh kegiatan operasional bank.
- b. Bertanggung jawab kepada Direktur Operasional.

3. Account Officer Pembiayaan

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Melakukan promosi produk-produk pembiayaan.
- b. Menjaga kualitas layanan prima.
- c. Mengelola biaya nasabah pembiayaan.

4. Account Officer Pendanaan

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Melakukan promosi produk-produk pembiayaan.
- b. Menjaga kualitas layanan prima, menghimpun dana masyarakat, institusi dan lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan.
- c. Membina dan menjaga kerja sama terhadap nasabah kelolaannya serta mengembangkan kerja sama dengan nasabah-nasabah potensial.
- d. Melakukan monitoring atas semua rekening aktif yang menjadi kelolaannya.
- e. Bertanggung jawab kepada kabag pemasaran.

5. Account Officer Remedial

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Bertanggung jawab terhadap pengelolaan pembiayaan bermasalah kategori diragukan, macet dan hapus buku.
- b. Bertanggung jawab kepada kabag pemasaran.

6. Akunting

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Mencatat dan mengkoordinasikan semua hasil kegiatan operasional bank.
- b. Memeriksa kelengkapan bukti-bukti transaksi pembukuan.
- c. Melakukan proses distribusi pendapatan bulanan dan menetapkan bagi hasil menetapkan tabungan dan deposito.

- d. Menyusun laporan keuangan berkala dan laporan keuangan lainnya.
- e. Melakukan dan mencatat transaksi atau transfer ke bank lain.
- f. Melakukan dan mencatat pembayaran kewajiban pajak.
- g. Bertanggung jawab kepada kabag operasional.

7. Admin Pembiayaan

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Mengumpulkan informasi atau data nasabah pembiayaan.
- b. Kegiatan administrasi pembiayaan:
 - 1) Memeriksa dan meneliti kelengkapan dokumen yang terkait dengan pembiayaan.
 - 2) Bertanggung jawab menyiapkan dokumen perjanjian.
 - 3) Mencatat atas semua transaksi pembiayaan.
 - 4) Menghitung, mencatat, memblokir dan melakukan pembayaran.
 - 5) Menyiapkan pencairan pembiayaan.
 - 6) Membuat tagihan atau angsuran setiap bulan.
 - 7) Menata usahakan seluruh berkas data pembiayaan.
 - 8) Mengamati posisi pembiayaan yang mengalami keterlambatan pembayaran angsuran.

8. Admin Rahn

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Memberikan rekomendasi yang benar dan objektif kepada komite pembiayaan.
- b. Menerima permohonan pembiayaan dan melakukan kegiatan menilai seluruh aspek terkait dengan suatu permohonan pembiayaan dengan jaminan emas guna memperoleh gambaran kelayakan kondisi nasabah.
- c. Menata usahakan seluruh kegiatan pemberian pembiayaan dengan jaminan emas.
- d. Bertanggung jawab kepada kepala kantor kas atau kabag pemasaran.

9. Teller

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Mengatur dan bertanggung jawab atas posisi sana atau kas.
- b. Memberikan pelayanan transaksi tunai (penyetoran dan pencairan).
- c. Bertanggung jawab kepada kabag operasional.

10. Customeer Servise

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Memberikan informasi produk pendanaan dan syarat-syarat pembukaan rekening tabungan atau deposito.
- b. Membantu nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening tabungan atau deposito.
- c. Menyiapkan buku tabungan atau bilyet deposito.

- d. Menata usahakan seluruh berkas atau data pembukaan rekening tabungan atau deposito.
- e. Melakukan proses bagi hasil tabungan atau deposito.
- f. Bertanggung jawab kepada kabag operasional.

11. SID dan Pemberkasan

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Menata usahakan berkas pembiayaan.

12. Penaksir

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Melayani nasabah pembiayaan gadai emas dengan melakukan transaksi emas.
- b. Memastikan keakuratan dan keaslian barang hasil transaksi emas.
- c. Bertanggung jawab terhadap penetapan kualitas agunan emas.
- d. Bertanggung jawab terhadap penimbangan berat agunan emas.

13. Security

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Melaksanakan tugas dan pemeliharaan, kerapian dan keindahan bank.
- b. Memelihara dan mengamankan barang inventaris milik bank.
- c. Memelihara dan mengamankan gedung milik bank dengan penuh tanggung jawab dan disiplin tinggi.
- d. Menyambut nasabah yang datang ke kantor.

c. SOP Produk di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep

1. Produk-produk Pendanaan di BPRS Bhakti Sumekar

a. Tabungan Barokah

Tabungan Barokah merupakan layanan tabungan untuk masyarakat umum sebagai sarana persiapan masa depan dengan prinsip wadi'ah (titipan). Syarat dan ketentuan sebagai berikut:

- a) Diperuntukkan bagi perorangan dan badan usaha.
- b) Mengisi formulir pembukaan tabungan barokah.
- c) Fotocopy tanda pengenal : KTP, SIM, Paspor (untuk perorangan) dan fotocopy akta pendirian beserta anggaran dasar dan perubahannya (bagi badan hukum).
- d) Setoran awal minimal Rp. 10.000,- dengan saldo tabungan minimal Rp. 10.000,- dan dana dapat diambil sewaktu-waktu.

b. Tabungan SIMPEL (Simpanan Pelajar)

Tabungan Simpel ini dikhususkan bagi pelajar atau siswa-siswi di sekolah atau lembaga pendidikan, mulai dari TK sampai SD yang ingin menabung. Syarat dan ketentuan sebagai berikut:

- a) Diperuntukkan bagi perorangan yang berstatus siswa/pelajar.
- b) Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan.
- c) Fotocopy tanda pengenal seperti KTP/Kartu Pelajar/Akta Kelahiran.

- d) Setoran awal mulai dari Rp. 1000.
- e) Dana bisa diambil sewaktu-waktu.
- f) Sisa saldo tabungan minimal RP. 1000.
- g) Bebas biaya administrasi.

c. Deposito Mudharabah

Deposito mudharabah merupakan investasi yang menguntungkan bagi masyarakat dengan akad mudharabah mutlaqah atau bagi hasil sesuai dengan syariah islam. Dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut:

- a) Nilai nominal deposito minimum Rp. 1.000.000.
- b) Jangka waktu simpanan 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.
- c) Deposito mudharabah tidak dapat dipindah tangankan.
- d) Fotocopy identitas diri dan fotocopy akta pendirian beserta anggaran dasar dan perubahannya.
- e) Fotocopy izin usaha dan NPWP (untuk Badan Hukum).

d. Tabungan Hari Raya Tahara (TAHARA)

Tahara merupakan simpanan berencana yang diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin menyiapkan dananya atau tabungannya untuk hari Raya Idul Fitri dengan lebih dini dan terencana. Tabungan tahara ini aman, halal dan menguntungkan bagi nasabah yang menggunakan. Dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut:

- a) Diperuntukkan bagi perorangan dan badan usaha.
- b) Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan.

c) Fotocopy tanda pengenal seperti KTP, SIM, Paspor dan Akta pendirian beserta anggaran dasar dan perubahannya.

d) Setoran awal mulai dari Rp. 100.000.

e) Setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000 dan wajib dilakukan setiap bulan.

f) Dana bisa diambil 2 minggu menjelang Hari Raya Idul Fitri.

e. Tabungan Qurban

Tabungan Qurban merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin menyiapkan dana qurban di Hari Raya Idul Adha secara terencana dengan keuntungan bagi hasil sesuai dengan syari'ah islam. Dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut:

a) Diperuntukkan bagi perorangan.

b) Fotocopy identitas diri KTP, SIM, atau paspor yang masih berlaku.

c) Setoran awal minimal Rp. 100.000.

d) Saldo tabungan minimal Rp. 50.000.

e) Dapat diambil menjelang Hari Raya Idul Adha dan tabungan ini bebas biaya administrasi.

f. Tabungan Haji Barokah

Tabungan Haji merupakan simpanan berencana yang diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin menyiapkan dananya untuk melakukan ibadah haji. Tabungan haji ini membantu dan

merencanakan ibadah haji menjadi lebih mudah. Dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut:

- a) Diperuntukkan bagi perorangan.
- b) Fotocopy identitas diri: KTP, SIM, Paspor yang masih berlaku.
- c) Setoran awal minimal Rp. 100.000.

g. Tabungan Umrah

Tabungan Umrah merupakan simpanan berencana yang dikhususkan untuk masyarakat yang ingin menyiapkan dananya untuk melakukan ibadah umrah dengan prinsip wadi'ah.

h. Tabungan Ukhuwah

Tabungan Ukhuwah merupakan tabungan BPR Syariah dengan prinsip akad mudharabah mutlaqah dengan fitur dan asesoris tambahan adanya hadiah yang penentuan pemenangnya melalui mekanisme diundi dalam periode tertentu dengan tata cara dan persyaratan yang telah ditentukan.

Persyaratan untuk membuka tabungan ukhuwah tidak lain seperti halnya membuka tabungan pada umumnya, pembukaan rekening tabungan ukhuwah cukup dengan mengisi form aplikasi pembukaan disertai dengan melampirkan fotocopi identitas yang berlaku. Karakteristik lain pada tabungan ukhuwah, setoran awal yang terjangkau mulai dari Rp 100.000 hingga paling kecil minimal Rp 10.000. Selain itu, bebas biaya administrasi bulanan dan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Untuk manfaat tabungan ukhuwah, antara lain:

- 1) Meningkatkan branding & kebersamaan BPR Syariah di Indonesia dalam mengembangkan usaha perbankan syariah agar semakin dikenal di negara yang mayoritas masyarakat muslim.
- 2) Meningkatkan portofolio tabungan dari masyarakat sebagai sumber dana yang murah.

2. Produk-produk Pembiayaan di BPRS Bhakti Sumekar

a. Pembiayaan Serba Guna

Produk pembiayaan untuk PNS/Karyawan Swasta yang memiliki penghasilan tetap dengan menggunakan akad Murabahah (Jual Beli) untuk melakukan pembelian barang berbagai keperluan nasabah.

b. Pembiayaan Kendaraan

Produk pembiayaan bagi PNS/Karyawan Swasta, atau institusi yang sepakat mengadakan perjanjian kerjasama untuk pembelian kendaraan roda dua sepeda angin.

c. Pembiayaan Modal Kerja UMKM

Produk pembiayaan modal kerja atau investasi untuk perorangan yang memiliki usaha kecil menengah dengan akad murabahah (Jual Beli) atau mudharabah (Bagi Hasil).

d. Pembiayaan Talangan Umrah

Produk pembiayaan talangan umrah untuk membantu anda dalam mewujudkan niat dan impian beribadah Umrah.

e. Pembiayaan Ar-Rahn (Gadai Emas)

Produk pembiayaan menggunakan prinsip syariah Ar Rahn dengan jaminan berupa emas yang nantinya emas yang menjadi agunan disimpan dan dipelihara oleh Bank selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya pemeliharaan atas emas yang dijamin.

f. Pembiayaan Pensiunan

Produk pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan atau pegawai yang akan pensiun atau janda pensiun dan telah memperoleh SK pensiun.

g. Pembiayaan Al Qordhul Hasan

Produk pembiayaan kebajikan untuk usaha mikro tanpa menggunakan agunan serta tanpa beban margin atau bagi hasil.

h. Pembiayaan Elektronik

Produk pembiayaan bagi PNS, karyawan swasta atau institusi yang mengadakan kesepakatan perjanjian kerja sama untuk hal pembelian barang-barang Elektronik sehingga membantu anda dalam kehidupan sehari-hari.

i. Pembiayaan Kepemilikan Rumah

Produk pembiayaan bagi PNS, Karyawan Swasta yang berpenghasilan tetap dengan menggunakan akad murabahah (Jual Beli) untuk hal kepemilikan rumah.

j. Pembiayaan Sadar Bersih

Produk pembiayaan diperuntukkan bagi masyarakat yang membutuhkan sanitasi dan pengairan yang baik sehingga menjadikan keluarga yang sehat dengan menggunakan akad Murabahah (Jual Beli) dan bekerjasama dengan pihak water.org.

k. Pembiayaan Kepemilikan Emas

Produk pembiayaan bagi masyarakat yang ingin berinvestasi dalam hal kepemilikan Emas dengan menggunakan akad murabahah (Jual Beli).

l. Pembiayaan Ijarah

Produk pembiayaan dimana bank memberikan pembiayaan kepada nasabah dalam rangka memperoleh manfaat atas suatu jasa. Dalam pembiayaan ijarah Multijasa tersebut bank dapat memperoleh imbalan jasa/ujrah atau fee. Pembiayaan Sertifikasi Tanah untuk kepengurusan sertifikat tanah dan pembiayaan Ijarah Multijasa diperuntukkan untuk biaya pendidikan dan kesehatan.

3. Produk layanan Digital

a. Layanan Multibiller

Merupakan layanan penerimaan pembayaran tagihan berupa PLN, pdam, BPJS dan pembelian berupa Pulsa, Paket Data, Token Listrik Tiket pesawat di kantor layanan PT. BPRS Bhakti Sumekar (Perseroda).

b. BPRS Notifikasi

Merupakan layanan untuk memberikan informasi dari setiap transaksi nasabah yang berupa penarikan tabungan minimum transaksi Rp. 10 Juta dan pencairan deposito serta pemberitahuan tagihan kepada nasabah dikirimkan melalui media SMS Masking.

c. Layanan ATM Tanpa Kartu

Merupakan layanan untuk melakukan tarik tunai dan transfer antar rekening di mesin ATM BPR Syariah Bhakti Sumekar tanpa menggunakan kartu.

d. Layanan Digital Banking

Merupakan layanan digital milik bank yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah dan memungkinkan nasabah bank memperoleh informasi, registrasi pembukaan rekening, pengajuan pembiayaan online, hingga transaksi secara online. Layanan digital banking BPR Syariah Bhakti Sumekar diantaranya BBS Mobile, BBS Setrik, BBS Merchant, Tabungan Gaul IB, ATM, dan CRM Cardless.

2. Data Lapangan

Berdasarkan data-data yang peneliti temukan dilapangan, baik berdasarkan berbagai metode yaitu pengamatan, wawancara dan dokumentasi, maka dari hasil tersebut peneliti akan menyampaikan data yang diperoleh dilapangan yang berkaitan dengan strategi pemasaran 4P produk tabungan hari raya di PT. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. Berikut adalah pemaparan data yang diperoleh:

a. Strategi Pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Produk Tabungan Hari Raya Di PT. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep

Setelah yang semua kita ketahui dengan seiring berjalannya waktu perkembangan perbankan saat ini bisa dikatakan sangat pesat, sehingga menimbulkan berbagai persaingan yang semakin ketat antar perbankan yang ada. Salah satu contoh perbankan yang perkembangannya begitu pesat adalah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep maka dari itu sebuah strategi pemasaran yang sangat tepat begitu diperlukan agar menciptakan persaingan pasar yang selalu sehat.

Setiap perbankan pasti sudah mengetahui kendala yang ada di pasar seperti persaingan yang cukup ketat, maka dari itu tidak semua perbankan dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan masyarakat yang banyak kebutuhannya. Oleh karena itu pihak perbankan harus mempersiapkan secara terencana sehingga bisa diketahui kemana perbankan serta produknya akan dipasarkan dan untuk siapa produk tersebut, siapa saja yang akan dijadikan target oleh

perbankan tersebut dan bagaimana perbankan tersebut memposisikan produknya dipasaran atau dibenak masyarakat agar berbeda dari berbagai pesaing yang ada. Dalam hal tersebut BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep menciptakan sebuah strategi pemasaran 4P dalam memenangkan pasar dibenak konsumen dengan menarik minat nasabah agar mengetahui atau menggunakan produk tabungan hari raya.

Berdasarkan dari hasil wawancara dilapangan, berikut adalah penjelasan mengenai produk tabungan hari raya.

Produk tabungan hari raya (Tahara) adalah simpanan berencana yang diperuntukkan bagi anda yang ingin menyiapkan dana untuk Hari Raya Idul Fitri dengan lebih dini dan terencana, aman, halal dan menguntungkan.

1) Produk (Product)

Produk merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai disuatu pasar dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan terhadap konsumen. Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan yang keinginan. Jadi bukan hanya berbentuk suatu yang berwujud saja, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa.

Produk yang ditawarkan dalam penelitian ini adalah produk tabungan hari raya idul fitri, yaitu simpanan yang direncanakan untuk keperluan atau kebutuhan hari raya Idul Fitri, dimana setiap muslim pada saat menjelang hari raya Idul Fitri membutuhkan banyak biaya pengeluaran serta kebutuhan hidup diluar dari kehidupan sehari-hari. Tabungan hari raya Idul

Fitri bertujuan untuk membantu masyarakat untuk menabung dan mempersiapkannya dari jauh sebelum hari raya Idul Fitri.

Penarikan tabungan hari raya Idul Fitri hanya dilakukan satu kali yaitu pada pertengahan bulan ramadhan atau pada saat menjelang hari raya Idul Fitri.

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan salah satu karyawan bagian marketing funding Ibu Ovi selaku AO Funding menjelaskan:

“Tabungan hari raya ini tidak bisa ditarik sewaktu-waktu, hanya bisa dilakukan penarikan ketika menjelang hari raya idul fitri. Kami membuka layanan tabungan hari raya ini guna memberi kemudahan umat muslim saat menjelang Idul Fitri. Karena kebutuhan ketika hari raya Idul Fitri sangat banyak. Nah, dengan tabungan hari raya ini akan sangat terbantuan.”

Hal tersebut juga di tunjang

“Sebelum memulai strategi pemasaran divisi marketing pasti mempunyai beberapa cara tertentu untuk memastikan produknya sesuai dengan rencana. Cara pertama yang dilakukan oleh divisi marketing yaitu menentukan segmentasi pasar agar produk yang akan dipasarkan tidak kalah dengan produk pesaing. Untuk menentukan segmentasi pasar diperuntukkan untuk umum baik perorangan, organisasi, kelompok keagamaan, lembaga maupun pengusaha. Tujuannya yaitu dengan cara bekerjasama dengan berbagai instansi maka marketing mudah untuk mensosialisasikan serta memasarkan produk tabungan hari raya sesuai dengan apa yang diharapkan.”

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa hal utama yang mendasari sebuah strategi pemasaran adalah analisis segmentasi atau penentuan produk di pasaran. Bagaimana cara seorang marketing memasarkan produknya sesuai harapan, langkah marketing untuk menarik minat nasabah untuk memakai produk yang ditawarkannya. Serta seorang marketing menjalin silaturahmi dengan nasabah.

Terkait dengan pemaparan objek yang disampaikan oleh ibu Indah, juga berpendapat dengan menyatakan:

“Tabungan hari raya diperuntukkan untuk umum baik perorangan, organisasi, kelompok keagamaan, lembaga maupun pengusaha. Tabungan ini menjadi solusi bagi para pengusaha atau pemberi kerja yang memiliki karyawan. Karena menyimpan tiap bulan dan diambil ketika menjelang hari raya idul fitri untuk memberi THR kepada karyawannya. Layanan kami sangat cocok bagi pemberi kerja seperti pemilik bengkel, toko maupun penjahit yang ada karyawannya.”

2) Harga Price)

Penentuan sebuah harga sering menjadi perhatian saat membeli barang atau jasa layanan. Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan terjual tidaknya suatu produk. Di dalam tabungan hari raya Idul Fitri ini, nominal yang diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep terbilang sangat murah sehingga membuat tabungan ini disukai oleh para calon nasabah. Ulasan tentang nominal untuk menabung, dikatakan oleh Ibu Ela:

“Kemudahan pembukaan tabungan, setoran awal yang terjangkau mulai dari Rp. 100.000,- memantapkan rencana anda dengan setoran wajib bulanan minimal Rp. 50.000,- dan wajib dilakukan setiap bulan, tidak ada biaya administrasi bulanan, bagi hasil tabungan yang kompetitif dan langsung masuk rekening tabungan anda (syarat dan ketentuan berlaku), selalu menjaga anda tetap istiqomah dalam mencapai rencana di hari raya idul fitri dengan ketentuan penarikan dana tabungan hanya dapat diambil menjelang hari raya Idul Fitri, jaringan yang terbesar luas di berbagai kecamatan hingga kepulauan paling timur Kabupaten Sumenep dan juga di Kabupaten Pamekasan serta Kota Jember, yang terhubung secara online dan dukungan layanan antar jemput tabungan dapat dinikmati oleh seluruh nasabah dari skala mikro hingga prioritas.”

Hal itu diperkuat oleh salah satu AOO Funding ibu Ovi, beliau mengatakan:

“Penyetoran dapat dilakukan setiap waktu selama kas buka, penarikan hanya bisa dilakukan secepat-cepatnya 14 hari menjelang Hari Raya Idul Fitri, kecuali penabung mengajukan permohonan tertulis kepada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, saldo minimum tabungan hari raya adalah Rp.10.000, penarikan dana dapat dilakukan secara tunai atau pemindahbukuan, penarikan tunai di loket teller harus menunjukkan buku tabungan dan penarikan tunai dan pemindahbukuan dapat dikuasakan dengan melampirkan Surat Kuasa yang sah bermaterai cukup dari penabung disertai bukti dari pemilik dan penerima kuasa. Dan untuk penutupan rekening tabungan hari raya (tahara) yaitu penabung berhak setiap saat menutup rekening tabungannya selama kas buka pada cabang pengelola rekening dan bank hanya dapat melakukan penutupan rekening apabila penabung telah memenuhi semua kewajiban kepada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.”

Selain nominal menabung yang terjangkau, terdapat akad-akad dalam sistem menabung ini yang menguntungkan bagi nasabah, Ibu Ovi menyatakan:

“Adapun akad yang kami gunakan dalam tabungan hari raya adalah akad mudharabah atau mudharabah muthlaqah. Jadi mudharabah muthlaqah itu nasabah menitipkan uang ke Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep dalam bentuk kerja sama antara shahibul maal dan mudharib bersifat langsung dengan praktis tidak ada batasan shahibul maal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi usaha, waktu dan daerah bisnis. Dan bank wajib memberitahukan kepada nasabah mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan atau pembagian keuntungan.”

Hal tersebut juga di tunjang

“Untuk bagi hasil tabungan hari raya (tahara) ialah penabung mendapatkan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan yang di buat antara Bank dan penabung yaitu untuk nasabah 66% dan untuk bank 34% . Bagi hasil diperhitungkan setiap akhir bulan dan akan ditambahkan ke rekening penabung pada awal bulan berikutnya. Dan pajak atas bagi hasil yang diperoleh penabung ditanggung oleh penabung sesuai dengan ketentuan yang berlaku.”

Memang diakui oleh bagian AOO Funding bahwa para nasabah bukan hanya berasal dari satu kelompok profesi saja, namun dari berbagai profesi, seperti pegawai dan pedagang. Khususnya para pedagang besar yang memiliki banyak karyawan, mereka menabung ditujukan persiapan

pembelian bingkisan atau THR yang akan diberikan kepada karyawan-karyawan atau pun pelanggan tetap mereka saat menjelang hari raya idul fitri.

3) Tempat (Place)

Tempat (Place) merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke mitra pada waktu yang tepat. Oleh karena itu, kebijakan mengambil tempat merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang mencakup penentuan saluran pemasaran dan distribusi fisik. Peranan lokasi yang sangat strategis sehingga sangat mudah dijangkau dan didatangi oleh nasabah dan calon nasabah untuk berinteraksi di PT. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. strategi pemilihan tempat memiliki makna yang lebih luas dari sekedar pasar dalam bentuk fisik, karena saat ini banyak pasar online di dunia maya. Namun hal ini tidak menjadi persoalan, karena Islam memperbolehkan bahwa dalam perniagaan aset pasar adalah terwujudnya transparansi, adanya penjual dan pembeli, adanya barang atau produk yaitu tabungan hari raya, kesepakatan dan keridhanan, dan ijab qabul. Keberadaan barang atau produk tetap menjadi unsur penting agar tidak terjadi praktik penipuan atau penyimpangan yang melanggar syariah. Suasana tempat yang nyaman juga menjadi pertimbangan masyarakat untuk berinteraksi. Semua itu mempunyai daya tarik tersendiri terhadap keinginan nasabah dan calon nasabah untuk berinteraksi menggunakan produk di PT. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

Mengenai tempat PT. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep mempunyai tempat yang strategis dan lokasi yang mempunyai peluang pasar yang sangat luas, PT. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep bertempat di tengah-tengah kota. Lokasi ini sangat dekat dengan para nasabah yang rata-rata adalah penjual di pasar.

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan salah satu karyawan bagian marketing funding Bapak Aziz selaku AO Funding menjelaskan:

“ Sebelum memulai strategi pemasaran divisi marketing pasti mempunyai beberapa cara tertentu untuk memastikan produknya sesuai dengan rencana. Cara selanjutnya yaitu sosialisasi pada tempat-tempat organisasi, pengajian, dharma wanita, toko, pasar maupun pengusaha dan disitu juga menjadi sasaran pemasaran produk ini.”

Berdasarkan informasi diatas waktu, tempat sosialisasi dilakukan pada saat acara rutinan masyarakat. Pada saat observasi peneliti, saat proses penyetoran tabungan tidak hanya menagih tabungan, melainkan juga memasarkan produk-produk yang lain khususnya tabungan hari raya Idul Fitri. Karena tempat pemasarannya di pasar jadi petugas merasa lebih gampang karena di pasar banyak orang-orang yang belanja khususnya pedagang tersendiri yang sebelumnya memang sudah menjadi nasabah itupun masih ditawarkan produk yang lain dan juga yang masih belum menjadi nasabah mereka diajak supaya menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Sumenep.

Saat observasi peneliti, penggunaan *mobile ugit* oleh AOO Funding dengan pergi mengunjungi nasabah, saat proses transaksi AOO Funding menggunakan *mobile ugit* atau menggunakan teknologi komputerisasi untuk mengurangi human *error* dalam transaksi atau pembukuan. Dan untuk menghindari kecurangan agar terciptanya kepercayaan nasabah kepada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Sumenep, cara penggunaannya yaitu *mobile ugit* yang sudah tersambung *bluetooth* dengan *handphone* milik AOO Funding yang selalu dibawa petugas saat proses penagihan. Petugas tinggal menginput nomor rekening nasabah nanti akan muncul nama dan itu untuk mengurangi kesalahan nasabah lalu masukkan nominal, dan yang terakhir memencet tombol print, maka keluar kertas yang berisi tanda bukti menabung.

Mengenai tempat dan waktu dalam melakukan sosialisasi, Ibu Ela menambahkan:

“ Cara selanjutnya yaitu sosialisasi pada tempat-tempat pengajian, kelompok, sekolah dan bina dharma karena di situ juga ibu-ibu yang menjadi sasaran

pemasaran produk tabungan hari raya ini. Atau juga dengan lewat media sosial melalui kerabat dekat dan teman maka proses sosialisasinya itu sangat terbantu dengan adanya media sosial dengan kita tidak langsung tatap muka hanya sekedar mensosialisasikan mengenai produk tabungan hari raya di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.”

Berdasarkan informasi di atas waktu, tempat sosialisasi dilakukan pada saat acara seperti pengajian, kelompok dan bina dharma. Pada saat observasi peneliti, saat proses penagihan di pasar petugas tidak hanya menagih melainkan juga memasarkan produk-produk yang lain khususnya tabungan hari raya (tahara). Karena tempat pemasarannya di pasar jadi petugas merasa lebih gampang karena di pasar banyak orang-orang yang belanja khususnya para pedagang tersendiri yang sebelumnya memang sudah menjadi nasabah itupun masih ditawarkan produk yang lain dan juga yang masih belum menjadi nasabah mereka diajak supaya menjadi nasabah di Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

Pemaparan diatas dikuatkan pula oleh Ibu Ovi, bagian AO Fundng, beliau mengatakan:

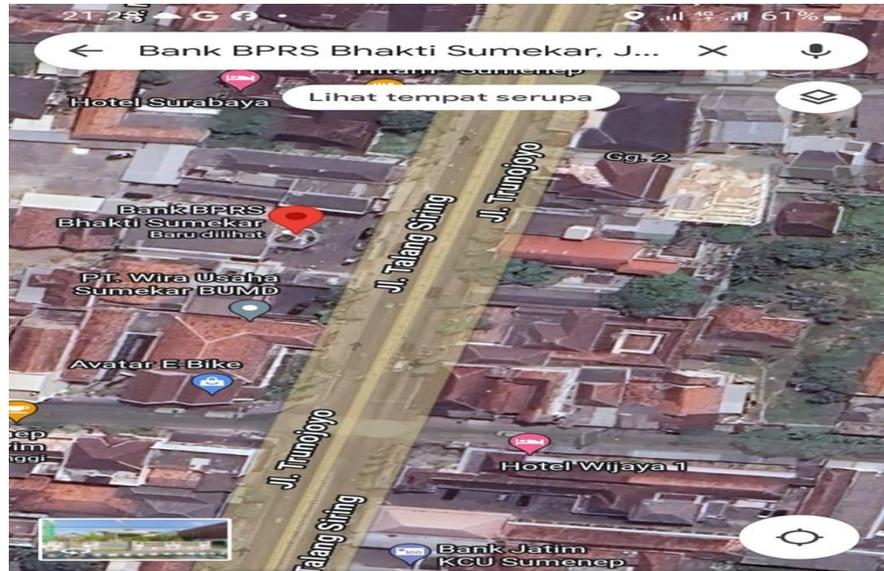
“ Cara pemasaran yaitu menawarkan membicarakan (sosialisasi) produk-produk yang ada di bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep khususnya tabungan hari raya kepada calon nasabah, karena ruang lingkupnya di sini pasar yaitu tempat berkumpulnya orang jadi proses pemasaran menjadi lebih muda dan juga karena saya memang asli penduduk sini jadi ini juga memudahkan saya untuk menarik minat si calon nasabah tersebut karena sedikit banyak sudah ada yang kenal dengan saya.”

Hal ini dikuatkan oleh Bapak Aziz menguatkan hal tersebut, beliau mengutarakan:

“ Setiap petugas memang setiap hari ke pasar, toko bahkan kerumah nasabah langsung, ya untuk mengambil setoran ke setiap nasabah, jadinya saya enak cuma nunggu di kios. Jika nasabahnya dalam organisasi seperti halnya kelompok maka saya itu cuman mendatangi ketua sama bendaharanya. Senangnya lagi para nasabahnya ramah dan enak di ajak ngobrol.”

Tabel 3.2

Lokasi Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep



Berdasarkan data-data di atas, Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep yang memiliki letak strategis yakni tepat di daerah kota yang dekat dengan pasar, juga menjadikan pasar sebagai tempat utama mendistribusikan produk mereka. Selain itu, mereka juga menyusuri tempat dan acara di perumahan yang berpotensi berkumpulnya banyak orang, seperti pengajian keagamaan. Hal itu dilakukan agar proses distribusi produk, promosi dan penagihan setoran dapat berjalan lebih efektif dan efisien.”

4) Promosi (Promotion)

Suatu produk apapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenalkan ke konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak di pilih oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha

mempengaruhi konsumen untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Cara tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi.

Dengan melakukan promosi kepada masyarakat secara langsung maupun tidak langsung maupun mouth of mouth atau mulut ke mulut, maka bisa memperkenalkan produk-produk yang ada terutama produk tabungan hari raya yang ada di PT. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep serta dapat menarik keinginan masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. Karena promosi yang benar merupakan cara yang paling ampuh menarik keinginan masyarakat dan juga menciptakan image yang baik guna memberikan pengaruh positif di kalangan masyarakat.

Promosi merupakan ujung tombak agar proses distribusi produk dapat berjalan lancar, seringkali dilakukan pada saat penagihan setoran atau saat nasabah melakukan transaksi lain. Hal ini bertujuan agar tabungan hari raya ini semakin menyebar. Hal itu dijelaskan oleh Ibu Indah yang mengatakan:

“Sosialisasi dilakukan di setiap ada kesempatan misalnya pada saat melaksanakan proses penagihan ataupun transaksi semacamnya disitu juga diselipkan sosialisasi produk tabungan hari raya Idul Fitri.”

Pada proses penagihan merupakan salah satu kegiatan yang sering dijadikan wadah untuk melakukan promosi pada nasabah baru. Waktu mempromosikan, manfaat dari produk menjadi senjata dalam mengomunikasikan pada nasabah. Ibu Ovi, bagian pemasaran beliau menyatakan:

“Selanjutnya yaitu menjelaskan secara detail mengenai manfaat-manfaat dari produk yang saya telah tawarkan dan juga karena ada petugas yang menjemput tabungan tersebut setiap harinya jadi ini yang menjadi si calon nasabah lebih tertarik karena tidak perlu datang sendiri ke Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep dan lebih dari itu para calon nasabah banyak yang tertarik dengan apa yang telah saya tawarkan.”

Hal ini juga dikuatkan oleh Ibu Ela, beliau mengutarakan:

“Ya memang biasanya para petugas ketika menagih setoran sambil promosi, semisal mengajak orang toko sebelah atau juga nyuruh nasabahnya itu untuk mempromosikan ke teman-temannya atau ke sanak familinya. Karena selain tabungannya bermanfaat, juga karena tiap hariya kami datangi, jadinya banyak nasabah yang tertarik. Dan pada akhir tahun Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep mengadakan give away pada nasabah yang memiliki saldo tabungan paling banyak pihak bank memberikan hadiah seperti payung, tupperware, kalender dan lain sebagainya”

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep mempunyai pola cara promosi. Promosi yang dilakukan saat penagihan setoran, dengan menyarankan kepada nasabah untuk mempromosikan pada kerabat dan temannya.

Adapun Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep mempunyai strategi pemasaran yang cukup sederhana dalam memasarkan produk tabungan hari raya. Hal itu dijelaskan oleh Ibu Ovi, beliau mengatakan:

“Yang kita lakukan yang pertama ialah kita perlu untuk mensosialisasikan kepada masyarakat tentang produk tabungan hari raya, karena mereka akan tidak tertarik sebelum kita mengenalkan manfaat dari tabungan hari raya. Dengan itu kita harus menjelaskan secara detail. Manfaatnya seperti setoran awal yang terjangkau, tidak ada biaya administrasi bulanan, bagi hasil tabungan yang kompetitif dan masuk rekening tabungan anda, dukungan layanan antar jemput dapat dinikmati oleh seluruh nasabah dari skala mikro hingga prioritas, dan menjaga anda tetap istiqomah dalam mencapai rencana di hari raya yang fitri dengan ketentuan penarikan dana tabungan hanya dapat diambil menjelang hari raya idul fitri.”

Berdasarkan wawancara di atas, Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep dalam memasarkan produk tabungan hari raya yaitu menggunakan strategi di atas terbilang cukup mudah dan familiar. Namun selain itu, tingkat pendorong memasarkan kualitas produk tabungan hari raya dipengaruhi oleh manfaat dan keuntungan yang ditawarkan. Sehingga si calon nasabah tergiur untuk memiliki tabungan tersebut.

Selanjutnya dijelaskan kembali oleh Bapak Aziz mengenai keamanan:

“Oleh sebab itu, di masyarakat tabungan hari raya banyak semisal seperti arisan. Dan lagi untuk masyarakat agar tidak mengikuti rentenir dan nantinya tabungan itu ketika menjelang hari raya idul fitri dikhawatirkan karena banyak kasus seperti uangnya di bawa lari oleh pengepulnya. Dan juga karena setiap transaksi BBS Mobile yang konek ke komputer dan tidak dapat dimanipulasi.”

Dari penjelasan Bapak Aziz di atas juga dapat menjadi manfaat tidak tertulis yang dirasakan oleh nasabah, selain itu keberadaann rentenir yang cukup membahayakan bagi ekonomi masyarakat, dapat terminimalisir dengan adanya Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. Sehingga keamanan financial masyarakat dapat lebih baik. Berdasarkan wawancara di atas dengan adanya Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep dan juga dengan adanya teknologi yang digunakan oleh Bank BPRS bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep sangatlah aman dan juga bisa terhindar dari kecurangan-kecurangan yang mungkin terjadi ketika kita menabung kepada pengepul.

**b. Perkembangan Produk Tabungan Hari Raya Di PT. BPRS
Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Perkembangan dana peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan hari raya (Tahara) ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. Pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep tidak menetapkan target kelompok tertentu dari kalangan masyarakat, artinya semua kalangan bisa ikut serta menjadi peserta sebagai nasabah atau mitra tabungan hari raya (Tahara).

Dilihat dari segi biaya yang dikenakan pada produk tabungan hari raya (Tahara), penulis dapat menyimpulkan bahwa tabungan hari raya ini sangat terjangkau bagi masyarakat pada umumnya. Setoran awal minimum Rp. 100.000,- selanjutnya minimal Rp. 50.000,- dan wajib dilakukan setiap bulan, sehingga dapat lebih menarik masyarakat yang ingin menyimpan dananya pada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

Perkembangan produk tabungan hari raya (Tahara) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep merupakan faktor penting untuk dijadikan salah satu tolak ukur kemajuan serta perkembangan yang dapat menjadikan bank dikatakan produktif. Kesuksesan sebuah perbankan tentu tidak bisa dipungkiri dari peran seorang divisi marketing yang mampu melakukan pemasaran produk secara optimal sesuai keinginan serta kebutuhan nasabah.

Dari hal tersebut maka setiap perbankan selalu menerapkan strategi pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) untuk melihat peluang pasar dan supaya produk yang akan ditawarkan kepada pasaran dapat posisi

yang tepat dan benar. Strategi pemasaran 4P yang benar akan membawa keuntungan bagi kepuasan nasabah serta meningkatkan loyalitas nasabah yang akan berdampak terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Maka peneliti memperoleh informasi dari Bapak Aziz selaku AOO Funding beliau selanjutnya menjelaskan lebih rinci mengenai jumlah nasabah produk tabungan hari raya di Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, beliau menyatakan:

“Pada tahun 2022 mengalami pertumbuhan jumlah nasabah yang semakin meningkat yaitu 1,203 nasabah, karena kepentingan kebanyakan manusia ketika menjelang hari raya. Ketika menyimpan uang sendiri dirasa tidak bisa karena faktor ekonomi dan kebutuhan setiap harinya dan kemungkinan besar menggunakan uang tersebut.”

Antusias masyarakat sangat tinggi, berikut pernyataan Ibu Ovi, bagian pemasaran yang mengutarakan:

“Tidak ada keluhan sama sekali dari masyarakat, justru mereka merasa berterima kasih karena uangnya ada yang mengamankan, layanan antar jemput, setoran wajib bulanan minimal Rp.50.000,- yang akan menjaga rencana jadi lebih mantap dan selalu menjaga tetap istiqomah dalam mencapai rencana di hari raya yang fitri dengan ketentuan penarikan dana tabungan hanya dapat diambil menjelang hari raya idul fitri.”

Ibu Sayyadeh, nasabah yang juga mengajak para relasinya yang kemudian menyatakan:

“Dengan adanya tabungan hari raya sangatlah membantu saya, dari sistem setoran awal pembukaan rekening yang terjangkau mulai dari Rp. 100.000,- dan setoran wajib bulanan minimal Rp. 50.000,- yang akan menjaga rencana anda jadi lebih mantap.”

Perkembangan jumlah nasabah tabungan hari raya (Tahara) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep tersebut tentunya tidak terjadi secara

kebetulan, melainkan karena didukung dengan sistem pemasaran yang cukup baik. Mulai dari produk, harga, tempat dan promosi, pemasaran pada produk ini dilakukan secara terukur sehingga dapat menaikkan jumlah tabungan hari raya (Tahara). Walaupun nasabah tabungan hari raya ini tidak sebesar produk lain, seperti pada tabungan barokah yang paling banyak nasabahnya

Berdasarkan hasil wawancara di atas, bisa dianalisis bahwa Bank BPRS Bhkati Sumekar Kantor Pusat Sumenep memiliki beberapa strategi pemasaran pada produk tabungan hari raya, yaitu sebagai berikut:

- 1) Strategi produk, yaitu produk yang menarik dengan jumlah menabung yang murah dan mudah dijangkau. Setoran awal pembukaan rekening mulai dari Rp. 100.000,- dan setoran wajib bulanan minimal Rp. 50.000,- yang akan menjaga rencana anda jadi lebih mantap.
- 2) Strategi harga, yaitu dengan nominal yang kecil namun bagi hasil yang menguntungkan dengan menggunakan akad yang menguntungkan bagi nasabah yaitu akad mudharabah.
- 3) Strategi tempat, yaitu dalam hal ini Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep memiliki tempat yang strategis dan mempunyai banyak peluang pasar serta memberikan jaminan keamanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi.
- 4) Strategi promosi, yaitu menawarkan produk melalui sosialisasi, edukasi maupun mengunjungi nasabah secara langsung dan menjelaskan secara detail tentang produk tabungan hari raya.

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan pengamatan yang peneliti temukan dilapangan maka data hasil penellitian selama melakukan penelitian sebagai berikut:

- a. Sebelum melakukan atau membentuk segmentasi pasar tentunya pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep langka awal yaitu melakukan pengamatan atau mengidentifikasi peluang pasar yang akan dijadikan sasaran dengan mendata nama-nama instansi atau sekolah yang akan dijadikan sasaran.
- b. Kabupaten Sumenep terdiri dari beberapa kecamatan. Maka segmentasi berdasarkan geografik bisa difokuskan terhadap daerah yang letaknya strategis atau tidak jauh dari BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.
- c. Pemosisian pasar pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep sudah sangat tepat. Pemosisian ditunjukkan dengan beberapa cara:
 - 1) Hal ini dibuktikan dari tertanamnya dibenak nasabah bahwa BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep memang memiliki keunggulan dalam syariahnya.
 - 2) Menyampaikan kelebihan yang dimilikii oleh produk tabungan hari raya dibandingkan produk yang dimiliki oleh lembaga keuangan konvensional.
 - 3) Memberikan kemudahan bagi nasabah yang akan melakukan transaksi penyimpanan dana dengan antar jemput. Dengan ini nasabah akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.
 - 4) Layanan tabungan hari raya ini sangat cocok bagi pemberi kerja seperti pemilik bengkel, toko maupun penjahi yang ada karyawannya.

d. Berdasarkan strategi pemasaran 4P produk tabungan hari raya yang dimiliki oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep bisa dikatakan efektif, dikarenakan jumlah nasabah dari setiap tahunnya selalu bertambah. Peningkatan jumlah nasabah dikarenakan pihak marketing menggunakan strategi pemasaran 4P maka dari itu strategi ini memiliki dampak positif bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. Meskipun peningkatan nasabah bisa dikatakan fluktuatif atau tidak menentu. Kepuasan nasabah juga menjadi faktor peningkatan jumlah nasabah.

C. Pembahasan

Berdasarkan temuan peneliti yang dipaparkan, oleh karena itu peneliti akan membahas hasil data penelitian yaitu:

Menurut Sofjan Assauri dalam bukunya berpendapat strategi pemasaran yaitu sebuah rencana atau rancangan yang menyatu di bidang strategi pemasaran yang memberikan tata cara atau proses kegiatan yang siap dijalankan untuk memudahkan mencapai tujuan suatu lembaga keuangan atau perusahaan. Artinya setiap perbankan salah satunya BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat untuk dijadikan pedoman atau acuan dalam menjalankan kegiatan pemasarannya di lingkungan masyarakat. Sebuah perbankan menjalani strategi pemasaran yaitu tujuan untuk memasarkan produknya secara tepat di pasaran dan untuk meningkatkan jumlah nasabah.¹

¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, 168

BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep mempunyai salah satu produk tabungan untuk para nasabah atau masyarakat yang ingin berencana untuk menyiapkan dana keperluan di hari raya, produk tersebut adalah tabungan hari raya.

1. Strategi Pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat dan Promosi)

Terhadap Produk Tabungan Hari Raya Di PT. BPRS Bhakti Sumekar

Kantor Pusat Sumenep

a. Produk (Product)

Secara umum produk merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Produk ini dapat pula berupa jasa. Jika tidak ada produk, tidak ada pemindahan hak milik maka tidak ada marketing. Semua kegiatan marketing lainnya, di pakai untuk menunjang kegiatan produk. Konsumen membeli suatu barang karena ia membutuhkannya². Produk tabungan yang merupakan produk jasa ini pun bukan hanya berorientasi pada profit semata, namun lepas dari itu menurut penuturan Ibu Mevi, produk ini berdasar pada keinginan masyarakat yang menginginkan produk yang lebih aman dan lebih menguntungkan sebagaimana yang dibutuhkan masyarakat, maka inspirasi masyarakat itu yang terserap oleh Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep membuat tabungan hari raya yang sudah menggunakan teknologi yang lebih canggih dan pengawasan dan keamanannya yang terjamin. Selain itu, keuntungan yang muncul berkat akad syariah semakin menambah simpati masyarakat pada produk tabungan hari raya.

² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 205

b. Harga (Price)

Harga adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (wants) dan memuaskan konsumen (satisfaction). Dalam marketing mix atau bauran pemasaran, harga adalah bagian terpenting dalam pemasaran suatu produk karena harga merupakan salah satu penentu dari berhasil atau tidaknya perusahaan yaitu dengan melihat seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik itu barang maupun jasa. Harga dapat diartikan sebagai jumlah suatu jumlah uang yang harus dipersiapkan seseorang untuk membeli atau memesan suatu produk yang diperlukan atau diinginkannya. Harga turut menentukan keberhasilan pemasaran produk.³ Maka berdasarkan teori ini, pertimbangan nilai seribu rupiah dengan sistem setiap bulan, sangat menguntungkan bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, serta tidak juga memberatkan pada konsumen. Uang tabungan itu, ditarik oleh bagian marketing setiap satu bulan satu kali, sehingga memudahkan konsumen karena tidak perlu sibuk-sibuk ke Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. Melalui sistem penarikan dan nilai/harga minimum menabung yang kecil ini telah mengangkat keberhasilan Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep secara signifikan.

c. Tempat (Place)

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang

³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 205

ada serta mendistribusikan barang dan jasa. Dalam strategi pemasaran adanya pemilihan lokasi atau tempat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan dari pemasaran. Semakin strategis lokasi yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan begitu juga sebaliknya.

PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep terletak dalam lokasi yang strategis sangat mudah di jangkau oleh nasabah untuk melakukan interaksi dengan mitra di Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep ini terletak di pusat kota tepatnya di Jl. Trunojoyo No. 137, Karangrawa, Bangselok, Kec. Kota Sumenep, Kabupaten Sumenep. PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep cukup strategis karena dekat dengan akses jalan raya dan terletak pada perkotaan, sehingga mudah dijangkau dengan nasabah dan calon nasabah.

Lokasi pesaing tidak jauh baik pesaing bank maupun non bank, syariah maupun konvensional, karena hal ini menjadi kekuatan tersendiri bagi PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep yang mempromosikan produk tabungan hari raya dengan cara melakukan kegiatan sosialisasi ke pengajian, kios, tokodan sekolah dan memberitahukan kepada masyarakat tentang menabung pada produk tabungan hari raya agar tertarik dan berminat.

d. Promosi (Promotion)

Promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Promosi juga merupakan cara untuk memberitahukan serta menawarkan produk dengan tujuan menarik calon nasabah

atau konsumen untuk membeli atau menggunakan produknya. Adapun tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Promosi ini sangatlah berkembang pada masa *selling concept* dimana produsen sangatlah mengandalkan, sangat memberi harapan tinggi akan meningkatnya penjualan dengan menggunakan promosi. Antara promosi dan produk, tidak dapat dipisahkan, ini dua sejoli yang saling berangkutan untuk menuju suksesnya pemasaran.⁴ Patut diakui bahwa peran promotor yakni para marketing sangat penting, karenanya para konsumen sangat paham akan produk tabungan hari raya yang berbeda ini dan memiliki sistem akad syariah. Ketidakberhasilan para marketing dalam mempromosikan produk pasti tidak akan membuat BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep maju seperti saat ini, ada kemungkinan hasilnya berbeda, meskipun ditambah dengan tempat saat ini yang strategis. Para calon konsumen tidak akan membeli produk tabungan ini karena ketidaktahuannya mereka. Maka dari itu, promosi merupakan aspek marketing yang tidak dapat ditinggalkan.

Nasabah yang sudah puas akan loyal, hal ini telah dibuktikan dengan bertahannya nasabah bahkan nasabah yang sudah puas akan merekomendasikan kepada orang lain untuk mencoba produk yang sama. Berdasarkan pendapat tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sofjan Assauri yaitu kepuasan nasabah akan berdampak positif terhadap perusahaan dan berpotensi membawa nasabah baru

⁴ Ibid, h. 210-211

dilihat dari tingkat kepuasan nasabah yang semakin merasa puas maka akan berpotensi loyalitas yang semakin besar.

Peneliti menyimpulkan dengan pemaparan diatas bahwa strategi pemasaran 4P yang diberikan Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep terbukti bahwa mejadikan hal utama dalam memberikan kepuasan kepada nasabah. Kepuasan nasabah tersebut akan menciptakan terwujudnya loyalitas, seumpama nasabah sudah loyal terhadap produk tersebut maka dia akan tetap setia untuk menggunakan produk dari sebuah perbankan dibandingkan menggunakan produk pesaing dan dari itu nasabah juga akan merekomendasikan terhadap orang lain untuk menggunakan produk yang sama.

2. Perkembangan Produk Tabungan Hari Raya Di PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perkembangan adalah proses, cara perbuatan atau mengembangkan. Atau dapat juga diartikan perkembangan adalah suatu proses yang dipakai untuk mengembangkan dan memvalidasi suatu produk.⁵ Jadi perkembangan adalah suatu rancangan atau proses perubahan yang dilakukan perusahaan dalam mengembangkan produknya.

Melihat kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat ini, setiap lembaga keuangan khususnya lembaga keuangan syariah yang harus membangun serta menumbuhkan strategi yang baik dan tepat agar mampu memenangkan persaingannya. Oleh karena itu, setiap bank harus menawarkan produk yang memiliki

⁵ *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional, 2014), 201

kelebihan serta keunggulan di dalamnya agar dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah sehingga nasabah merasa tertarik dan puas atas produk yang ditawarkan.

Dalam merealisasikan produk penghimpun dana (funding) yakni produk tabungan PT. BPRS Bhakti Suemkar mempunyai tujuan tidak lain untuk mengajak masyarakat agar dapat menerapkan hidup hemat serta lebih gemar menabung demi masa depannya.⁶

Setiap perbankan salah satunya BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep pasti memiliki tujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya. Meningkatnya jumlah nasabah adalah faktor utama tercapainya tujuan pemasaran yang telah dilakukan oleh satunya BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep dalam mencapai tujuannya pasti mempunyai strategi pemasaran yang sangat efektif yaitu strategi pemasaran 4P dengan menggunakan strategi 4P dapat meningkatkan jumlah nasabah setiap tahunnya. Maka penting bagi Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep untuk terus menggunakan strategi pemasaran 4p guna meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan teori yang disampaikan oleh Kamsir adalah tujuan dari menjalankan sebuah strategi pemasaran yaitu untuk meningkatkan jumlah nasabahnya.

⁶ Laporan Tahunan 2019 PT. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep

Tabel 3.3
Jumlah Rekening (NoA) Produk Tabungan

Tabel Jumlah Rekening(NoA) Produk Tabungan

Keterangan	2021	2022	Pertumbuhan	Komposisi 2022(%)
Tabungan Barokah	175.287	189.686	8,21%	83,05%
Tabungan Qurban	686	702	2,33%	0,31%
Tabungan Haji	680	686	0,88%	0,30%
Tabungan Umrah	495	566	14,34%	0,25%
Tabungan Siswa	32.485	35.135	8,16%	15,38%
Tabungan Hari Raya	1161	1.203	3,62%	0,53%
Tabungan Gaul iB	401	423	5,49%	0,19%
Jumlah	211.195	228.401	7,53%	100%

Pada tabel tersebut, diperoleh presentase pertumbuhan nasabah setiap tahunnya pada produk tabungan hari raya bisa dikatakan fluktuatif atau tidak tetap dalam setiap tahunnya. Tetapi, setiap tahun pertumbuhan nasabah bertambah jumlahnya maka dari bertambahnya nasabah tersebut strategi pemasaran 4P yang diterapkan berhasil atau efektif. Dikatakan efektif terbukti dari setelah marketing menerapkan strategi 4P, bank bisa mencapai tujuannya yaitu peningkatan nasabah yang menggunakan produk dan peningkatan jumlah nasabah. Berdasarkan dari hasil tersebut bank dapat menarik minat nasabah dalam memenuhi kebutuhannya menggunakan produk tabungan hari raya.

Produk tabungan hari raya berhasil memperoleh Rp. 1.01 miliar pada tahun 2022 mengalami penurunan Rp. 97 Juta atau 8,79% jika dibandingkan perolehan tahun 2021 Rp. 1.10 miliar. Untuk perolehan berdasarkan NoA tahun 2022 mencapai 1.203 rekening mengalami pertumbuhan 3,62%.

Pendapat peneliti diatas bisa diperkuat dengan teori yang disampaikan oleh Ahmad syarizal dan Heru Setiawan di jurnalnya yaitu ruang lingkup sebuah strategi pemasaran adalah suatu kegiatan yang bisa dinilai efektif dengan perbankan mampu atau tidaknya meningkatkan jumlah penjualan produk serta meningkatnya jumlah nasabah dari tahun ke tahun. Untuk mengukur sejauh mana efektivitas penggunaan strategi pemasaran 4P produk tabungan hari raya dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah yaitu goal approach (pendekatan sasaran). Pendekatan tersebut dapat mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya.⁷

Dalam menghadapi persaingan PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep tidak hanya fokus pada batas harga dan fasilitas produk saja melainkan kualitas pelayanan juga harus ditingkatkan agar citranya tetap baik. Hal ini dinyatakan oleh nasabah bahwa mereka merasa senang dan puas dengan pelayanan yang ada di PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. selain karena setorannya yang ringan, bebas biaya administrasi, saya juga senang mendatangi PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep karena pelayanan yang diberikan oleh pegawai PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep sangatlah baik sehingga mereka merasa puas dan senang menabung di PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

Meskipun PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep merupakan perbankan yang dalam sistem operasionalnya berbasis syariah, akan tetapi tidak

⁷ Ahmad syarizal dan Heru Setiawan, "Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Simpatik Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal." *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.2,No.1 (Juni,2019), 89

hanya nasabah yang beragama islam saja yang bertransaksi disana, masyarakat non muslim pun juga ikut bermitra didalamnya.

Maka dari penjelasan diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa suatu lembaga keuangan akan dilihat oleh nasabah melalui efektif atau tidaknya perbankan tersebut dan produk yang dimilikinya. Maka dari itu biasanya banyaknya jumlah nasabah menjadi nasabah di Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep menjadi tolak ukur suatu lembaga keuangan dapat dikatakan efektif dan banyaknya jumlah nasabah juga merupakan faktor penting calon nasabah untuk melakukan pembelian atau melakukan pembiayaan yang ada di lembaga tersebut. Bukan hanya itu saja pelayanan yang optimal juga merupakan faktor utama nasabah untuk melakukan pembiayaan. Jika pelayanan sudah optimal maka akan menciptakan suatu loyalitas nasabah dan dari hal tersebut jika nasabah sudah memiliki rasa minat untuk menjadi nasabah jumlah nasabah akan selalu meningkat.