**BAB IV**

**DESKRIPSI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. **Strategi Pemasaran Penghimpunan dana Dan Pembiayaan**
	* 1. **Strategi Pemasaran Penghimpunan Dana**

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil, melalui aktivitas investasi atau jual beli, serta memberikan pelayanan jasa simpanan/perbankan bagi para nasabah. Dana dalam bank syariah dapat dihimpun melalui giro, deposito dan tabungan. Masing-masing produk perbankan ini diikuti dengan akad-akad tertentu.[[1]](#footnote-1)

Bank BNI Syariah KCP Serang adalah salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang keuangan dengan menerapkan prinsip syariah. Produk-produk yang dihadirkannya juga selalu mendapat respon yang positif dari kalangan masyarakat. Untuk produk penghimpunan dana bank BNI Syariah KCP Serang memiliki produk unggulan yaitu tabungan IB Hasanah dan IB Baitullah.

Menurut penulis salah satu dari produk penghimpunan dana Bank BNI Syariah KCP Serang memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk-produk penghimpunan dana yang ditawarkan oleh Bank Syariah yang lainya yaitu IB Hasanah dengan akad wadi’ah. Produk simpanan ini sama sekali tidak ada biaya administrasi yang dipungut oleh pihak bank. Artinya, nasabah akan merasa nyaman karena uang yang disimpannya akan tetap utuh tanpa adanya potongan biaya administrasi atau biaya pengelolaan seperti bank yang lainnya.

Dalam hal ini yang menjadi fokus penelitian dari penulis adalah bagaimana strategi yang digunakan oleh pihak bank BNI Syariah KCP Serang dalam memasarkan produknya sehingga akan meningkatkan jumlah nasabahnya, karena bank merupakan salah satu bisnis berbasis kepercayaan, sehingga kepercayaan nasabah kepada bank harus dijunjung tinggi oleh bank.

Saat ini para pemasar harus pandai menciptakan nilai bagi pelanggan dan mengatur hubungan dengan pelanggan. Mereka harus menarik pelanggan sasaran dengan proposisi nilai yang kuat. Lalu mereka harus mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan dengan menyajikan nilai yang unggul bagi pelanggan dan secara efektif mengatur tatap muka perusahaan-pelanggan.[[2]](#footnote-2)

Strategi pemasaran produk tabungan yang dilakukan oleh bank BNI Syariah KCP Serang yaitu sebagai berikut :[[3]](#footnote-3)

1. Dengan melakukan *canvasing* ke sekolah, Instansi, Rumah Sakit, Retail dan lain-lain.

Pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank BNI Syariah KCP Serang dengan cara mengunjungi ke Instansi Pemerintah, Rumah Sakit dan Lembaga Pendidikan, kunjungan dilakukan karena ini merupakan suatu hal yang baik bagi pihak bank karena dengan ini pemasukan pihak bank akan berlangsung terus menerus.

Selain itu, menurut pengamatan Penulis cara ini juga akan mengenalkan secara langsung kepada masyarakat bahwa ada produk tabungan yang menggunakan akad syariah.

1. Melakukan maping wilayah, dan maping lumbung dana pihak ketiga (DPK).

Selanjutnya, dengan melakukan pemetaan (maping) wilayah akan dapat diketahui pangsa pasar dari Bank BNI Syariah itu sendiri. Sehingga pihak bank akan dengan mudah memasarkan produk dan merawat nasabah sehingga akan tumbuh nasabah yang loyal terhadap bank.

Selain itu menurut penulis bank sebaiknya memanfaatkan “*marketing concept*” untuk mengetahui berbagai kebutuhan dan keinginan konsumen, dan mengkomunikasikannya kepada konsumen tentang bagaimana bank memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Dengan cara marketing seperti ini bank akan mengetahui apa yang dinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah.

* + 1. **Straetgi Pemasaran Pembiayaan**

Sejak awal Berdirinya Bank BNI Syariah KCP Serang, telah dipersiapkan untuk mencapai suatu perkembangan dengan mengacu pada mutu pelayanan. Hal ini dapat dilihat pada peningkatan strategi pemasaran produk yang ada di Bank BNI Syariah KCP Serang. Untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha dibutuhkan suatu strategi pemasaran yag sesuai, untuk itu banyak bank atau lembaga keuangan baik konvensional maupun syariah yang menerapkan strategi pemasaran untuk mencari laba sebagai tujuan yang hendak dicapai, demikian pula penetapan strategi pemasaran oleh Bank BNI Syariah KCP Serang.

Salah satu komponen yang mendukung bidang pemasaran yaitu bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh suatu lembaga keuangan atau badan usaha. Strategi pemasaran yang diambil perusahaan dalam memasarkan produknya akan sangat mempengaruhi hasil yang diperoleh.

Biasanya tidak realistis apabila perusahaan mencoba melayani semua pelanggan sekarang maupun calon pelanggan dalam suatu pasar karena pelanggan begitu banyak jumlahnya. Terlalu tersebar dimana-mana dan terlalu beragam kebutuhannya, perilaku belinya dan pola konsumennya. Begitu suatu perusahaan memutuskan segmen pasar mana yang akan dibidik, langkah berikutnya adalah menetapkan arah strategis secara keseluruhan.[[4]](#footnote-4)

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen akan produk yang dihasilkan bank adalah melalui promosi yang gencar hal ini diharapkan produk bank tersebut dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat.

Strategi pemasaran yang cocok harus disusun berdasarkan pandangan yang taktis, artinya strategi yang disusun bukan berdasar pada lingkungan yang bersih, jauh dari kebisingan, hanya buah fikiran para eksekutif yang sesungguhnya. Strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang penting. Karena keberhasilan ataupun kegagalan suatu strategi pemasaran akan sangat berpengaruh dalam memperoleh nasabah. Dalam hal ini strategi yang juga dilakukan oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang antara lain sebagai berikut :[[5]](#footnote-5)

1. **Dalam Bentuk Ghatering atau Sponsorship**

Dalam hal ini pihak BNI Syariah KCP Serang sebagai sponsor dalam berbagai kegiatan yang dilakukan yang dinilai bermanfaat baik bagi BNI BNI Syariah KCP Serang maupun bagi pihak penyelenggara, serta kegiatan yang menunjang untuk memasarkan produk yang ada yang dilakukan baik itu di Kota Serang maupun diluar Kota Serang, baik perusahaan, sekolah maupun perguruan tinggi yang ada. Diharapkan dengan hal tersebut maka akan dapat dijadikan sarana promosi yang efektif untuk menarik minat calon nasabah maupun debitur.

1. **Menggunakan Model *Personal Selling***

Dilakukan dengan mengoptimalkan tenaga pemasaran untuk melakukan promosi (memperkenalkan) produk yang ada dan menawarkan produk yang dimiliki oleh pihak BNI Syariah kepada nasabah, baik perorangan maupun instansi pemerintahan ataupun swasta yang diutamakan pada pengumpulan data. Selain itu, tenaga pemasaran juga bertugas dalam melakukan kunjungan kepada calon nasabah yang ingin menggunakan produk dalam hal pembiayaan, dan juga memberi pemaparan kepada calon nasabah yang berminat kepada produk yang ditawarkan.

Selanjutnya bagian pemasaran juga bertugas menjelaskan mengenai produk yang ada dan memberikan pengertian yang benar serta menjelaskan ketentuan-ketentuan yang harus dilakukan dalam melakukan akad, menggunakan produk yang ditawarkan oleh pihak BNI Syariah. Kemudian yang tidak kalah penting adalah memberikan pemahaman yang mendalam mengenai kelebihan atau manfaat produk yang dimiliki jika dibanding dengan pihak bank yang lainnya.

1. **Menjalin kerjasama dengan berbagai pihak**

Dalam melakukan kegiatan promosi, BNI Syariah juga bekerjasama dengan pihak yang berada dalam wilayah Propinsi Banten. Dengan melakukan kerjasama tersebut diharapkan mampu memberikan manfaat baik kepada pihak BNI Syariah maupun pihak rekanan. Kerjasama tersebut dilakukan dengan *professional* sehingga akan memudahkan BNI Syariah untuk memperoleh nasabah. Beberapa rekanan yang melakukan kerjasama dengan pihak BNI Syariah antara lain Developer atau pengembang perumahan, Perguruan Tinggi, Rumah Sakit dan Perusahaan Retail yang ada di Propinsi Banten.

1. **Menerapkan *Marketting Public Relation (*MPR*)***

Merupakan program perusahaan yang dilakukan untuk mempromosikan sekaligus sebagai suatu upaya pertanggungjawaban perusahaan terhadap nasabah maupun lingkungan dimana BNI Syariah tersebut berdiri. Jadi hal ini tidak hanya sebagai sarana promosi perusahaan tetapi juga sebagai bentuk kepedulian sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Beberapa hal yang telah dilakukan diantaranya adalah santunan anak yatim/Piatu dan membantu korban bencana alam.

1. **Pengoptimalan *Customer Service***

Untuk memperoleh keberhasilan dalam hal jasa perbankan sangat dipengaruhi oleh keunggulan produk tersebut dan juga promosi yang dilakukan. Tetapi dalam pelaksanaanya, keunggulan dan promosi tersebut harus didukung oleh sikap pegawai. Pegawai diharuskan mempunyai sikap yang baik terhadap nasabah serta mempunyai pengetahuan yang cukup, sehingga dapat memberi penjelasan yang mencukupi kepada nasabah yang akan dipadu dengan sistem pelayanan yang ada.

Pelayanan yang memuaskan nasabah akan menjadi promosi yang efektif bagi bank karena nasabah tersebut dapat menyampaikan kepada keluarga, kerabat, teman, dan orang lain *(worm of mouth)* mengenai pelayanan unggul suatu bank, dan diharapkan citra bank tersebut akan semakin meningkat.

Pada dasarnya setiap interaksi dengan pelanggan adalah sebuah bentuk dari layanan pelanggan. Bentuk interaksi tersebut bermacam-macam, bisa lewat telepon, surat, email, atau tatap muka langsung. Semua bentuk kontak dengan pelanggan ini memikul tanggung jawab yang sama terhadap persepsi konsumen mengenai suatu bisnis dan tingkat kepuasan keseluruhan yang mereka rasakan ketika berhubungan dengan bisnis itu.[[6]](#footnote-6)

Dalam BNI Syariah KCP Serang terdapat standart pelayanan yang harus dilakukan oleh CS *(Customer Service)* terhadap nasabah. Dalam melakukan kegiatan keseharian juga harus berdasarkan budaya perusahaan yang mencakup :

* + - 1. *Profesionalisme* : memiliki kompetensi handal dan komitmen memberikan hasil yang terbaik.
			2. *Integritas* : merupakan komitmen untuk selalu konsisten antara pikiran dan perkataan yang dilandasi oleh kata hati dan kepercayaan pada prisip-prinsip kebenaran yang hakiki. Orientasi pelanggan : mengutamakan kepentingan pelanggan dengan dilandasi sikap menghargai dan hubungan kemitraan yang strategis.
			3. Perbaikan tiada henti : mancari peluang dan solusi untuk meningkatkan pelayanan dan kinerja yang melampaui harapan pelanggan.[[7]](#footnote-7)
1. **Faktor pendukung dan penghambat serta cara mengatasi hambatan dalam menjalankan strategi penghimpunan dan pemasaran pembiayaan**
	1. **Faktor Pendukung**

Strategi yang diterapkan Bank BNI Syariah selama ini terbilang cukup efektif karena didukung oleh beberapa faktor

Lokasi yang sangat strategis

Bank BNI Syariah yang berlokasi di jalan propinsi dapat diakses dengan mudah dan ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Lokasinya yang tepat di pusat perkotaan dan diakses oleh segala jenis transportasi menjadikan niali plus bagi BNI Syariah dalam memasarkan produknya.

Sumber Daya Manusia Yang Handal

Bank BNI Syariah KCP Serang walawpun secara struktur organisasi terbilang cukup ramping, akan tetapi mereka mempunya sumber daya manusia yang unggul dan handal.

Produk Unggulan

Secara garis besar produk Bank BNI Syariah tidak jauh berbeda dengan produk bank syariah yang lainya, akan tetapi bank BNI Syariah memeliki produk unggulan salah satunya adalah produk simpanan dengan akad wadi’ah.

Produk ini tidak memungut biaya apapun dari nasabah sehingga nasabah akan mersa nyaman dan aman menyimpan uangnya di Bank BNI Syariah karena tidak dipotong biaya apapun seperti biaya administrasi bulanan.

* 1. **Faktor Penghambat**

Setiap menjalankan kegiatan usaha pasti akan ditemui berbagai macam faktor pendukung dan penghambat. Strategi atau langkah-langkah yang telah disusun rapih tidak dapat berjalan sesuai dengan rencana yang diharapkan. Begitu pula halnya dalam menjalankan pemasaran, walawpun sudah direncanakan dengan baik, terkadang terdapat juga beberapa kendala yang dihadapi.

Hal ini juga yang dialami oleh pihak Bank BNI Syariah KCP Serang, dalam memasarkan produknya baik simpanan maupun pembiayaan terdapat beberapa kendala. Adapun kendala dalam pemasaran sebagai berikut :

* + - * 1. Kompetitor atau pesaing yang agresif

Banyaknya bank-bank syariah yang lahir atau bermunculan menjadikan persaingan dalam pangsa syariah semakin ketat, mereka menghadirkan produk-produk yang memiliki keunggulan masing-masing. Tentunya dengan kehadiran bank syariah yang baru akan menjadikan kompetitor bagi Bank BNI Syariah itu sendiri.

* + - * 1. Jaringan Kantor Yang Masih Terbtatas

Jaringan dan kantor cabang Bank BNI Syariah di Serang masih jauh dari jumlah jaringan dan kantor cabang yang dimiliki bank konvensional. Untuk Kota Serang sendiri hanya baru ada satu kantor cabang pembantu, selain itu tersedianya fasilitas untuk dapat melayani nasabah yang akan bertransaksi dengan baik masih sangat minim.[[8]](#footnote-8)

* + - * 1. Kurangnya pemahaman konsumen mengenai sistem perbankan

Syariah.

Menurut BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang kurangnya pemahaman konsumen tentang sistem perbankan syariah sering dialami oleh beberapa orang marketing ketika mereka melakukan marketing, kurangnya pemahaman ini didasarkan pada beberapa hal diantaranya masih ada masyarakat yang berfikir bahwa bank syariah dengan bank konvensional tidak jauh berbeda dan yang kedua masih banyak masyarakat yang menyimpan uang mereka dibawah bantal, karena merasa lebih aman dan praktis. Selain itu adanya asumsi bahwa perbankan syariah hanya untuk kalangan tertentu dan sistem bagi hasil dianggap kurang menguntungkan jika dibandingkan dengan sistem bunga.

* 1. **Upaya Mengatasi Hambatan Dalam Marketing Bank BNI Syariah**

Dalam era modern seperti sekarang ini, setiap Bank menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dari kompetitor atau bank lain manenutut lembaga untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang baik serta produk yang dibutuhkan oleh nasabah. Oleh karena itu Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang dalam menghadapi hambatan dalam marketing menggunakan beberapa cara seperti :

* + - * 1. Bekerjasama dengan Bank BNI Konvensional dalam hal pelayanan tarik tunai di Mesin ATM, sehingga nasabah dapat mengambil uangnya di mesin ATM bank BNI konvensional tanpa terkena biaya administrasi penarikan tunai. Selain itu untuk setoran tunai pun nasabah Bank BNI Konvensional tanpa harus datang ke Bank BNI Syariah.68
				2. Door to Door

Memberikan wawasan dan edukasi terhadap nasabah mengenai produk bank BNI Syariah serta menjelaskan perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional.

1. **Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah**

Kegiatan pemasaran merupakan sebuah deskripsi kegiatan yang akan dikerjakan oleh pihak bank dalam hal ini adalah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang untuk mencapai sasaran pemasaran, yaitu untuk memenangkan dan memperluas penguasaan *market share,* meningkatkan penjualan profit sebagai ukuran dalam mencapai sasaran. Kegiatan pemasaran yang dilakukan selama ini oleh pihak Bank BNI Syari’ah KCP Serang mendapatkan nilai positif dari nasabah Bank BNI Syariah sendiri. Karena strategi yang digunakan selama ini terbilang cukup efektif dan tepat sasaran.[[9]](#footnote-9)

Oleh karena itu, setiap kegiatan pemasaran yang dilakukan, tentunya akan ada pengaruh terhadap pihak pemasar yang melakukan pemasaran. Dalam hal ini bank BNI Syariah KCP Serang pun dalam melakukan pemasaranya terdapat pengaruh terhadap Bank itu sendiri seperti :

1. Peningkatan protofolio Dana Pihak Ketiga (DPK)
2. Peningkatan jumlah nasabah simpanan terhadap bank.

Dan dibawah ini merupakan perkembangan nasabah simpanan dan pembiayaan yang terdapat di BNI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang.[[10]](#footnote-10)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Produk** | **2016 (%)** | **2017 (%)** |
| 01 | Simpanan  | 27 % | 31 % |
| 02 | Pembiayaan | 25 % | 30 % |

Dengan melihat perkembangan dari tahun ke tahun yang mengalami peningkatan, masyarakat puas terhadap produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang. Dengan persyaratan yang mudah dan tanpa adanya biaya bulanan dari tabungan ini menjadikan masyrakat atau nasabah nyaman dalam menyimpan uangnya di bank tersebut.

Tidak hanya mendapat bagi hasil yang cukup tinggi tetapi para nasabah yang mempunyai saldo tinggi juga mendapatkan hadiah atau cinderamata dari pihak bank. Melihat hasil tersebut berarti kepercayaan nasabah terhadap Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang terus meningkat. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya.

Begitu pula dengan produk pembiayaannya, Bank BNI Syariah KCP Serang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan strategi yang tepat dan baik yang digunakan selama ini membawa pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya[[11]](#footnote-11).

Selain itu, menurut penulis kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah bukan hanya keuntungan materi semata, akan tetapi harus berdampak terhadap hubungan yang baik terhadap nasabahnya. hubungan yang baik dengan siapapun akan mendatangkan keharmonisan, kemudahan dalam mencari rezeki, bisa mengatasi seberat apapun persoalan yang dihadapi. Seorang marekting harus mampu memperoleh dan mempertahankan nasabahnya.

1. Sri Indah Nikensari, “***Perbankan Syariah Prinsip, Sejarah & Aplikasinya***”, Pustaka Rizki Putra : semarang, 2013 ) h. 103-105 [↑](#footnote-ref-1)
2. Philip Kotler, Gary Armstrong, “***Prinsip-Prinsip Pemasaran***”, (Erlangga : Jakarta, 2008), h. 1 [↑](#footnote-ref-2)
3. Hasil wawancara Penulis dengan Ibu Dinih pada Hari selasa tanggal 14 November 2017 bertempat di Kantor Bank BNI Syariah KCP Serang Jam 13.00 WIB. [↑](#footnote-ref-3)
4. Christopher Lovelock, Lauren K. Wright, “***Manajemen Pemasaran Jasa***”, (PT. Indeks : Jakarta, 2007), h 165-167 [↑](#footnote-ref-4)
5. Hasil wawancara dengan Bapak Toton Kepala Cabang Pembantu BNI Syariah jam 12.30 bertempat di Kantor Bank BNI Syariah KCP Serang [↑](#footnote-ref-5)
6. Ivone Wood, “***Layanan Pelanggan Cara Praktis, Murah dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda***”, ( Graha Ilmu : Yogyakarta :2009), h 5 [↑](#footnote-ref-6)
7. Hasil wawancara dengan Ibu Ifa Customer Service Bank BNI Syariah KCP Serang jam 12.45 WIB. [↑](#footnote-ref-7)
8. Hasil wawancara dengan Bapak Toton selaku Kepala Cabang Pembantu Bank BNI Syariah [↑](#footnote-ref-8)
9. Hasil wawancara dengan Bapak Triawan Marketing Bank BNI Syariah KCP Serang Hari Kamis Jam 12.30 WIB. [↑](#footnote-ref-9)
10. Hasil wawancara dengan Bapak Toton Kepala Cabang Pembantu Bank BNI Syariah Jam 11.30 WIB [↑](#footnote-ref-10)
11. Hasil wawancara dengan Ibu Rina Kepala Operasional Bank BNI Syariah KCP Serang Jam 07.45 WIB [↑](#footnote-ref-11)