



Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Mudharabah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Juanda

Miftha Maulida Anggi Natama

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

angginatama23@gmail.com

Muhammad Lathief Ilhamy Nasution

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

mlathiefilhamy@uinsu.ac.id

Alamat : Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, 20371.

*Email korespondensi: angginatama23@gmail.com

ABSTRAK Suatu perusahaan berhasil atau gagal ditentukan oleh strategi, teori dan manajemen pemasaran yang diterapkan. Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu strategi pemasaran produk tabungan easy mudharabah apa yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Medan Juanda dalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Penelitian ini memakai analisis kualitatif metode deskriptif, menggunakan data primer yakni peneliti mengambil data secara langsung dengan wawancara kepada pihak Marketing Funding BSI KCP Medan Juanda dan data sekunder data sekunder yang diperoleh dari dokumen, jurnal ilmiah, buku, serta literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Hasil yang didapat yaitu BSI melakukan strategi pemasaran salah satunya dengan cara menerapkan bauran pemasaran atau marketing mix 4p yaitu (product, price, promotion, place). BSI harus bisa memperkirakan lokasi yang strategis, bekerjasama dengan instansi lain, memperluas market share, meningkatkan kualitas serta inovasi.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk Pembiayaan, Nasabah, Bank Syariah

ABSTRACT. *A company's success or failure is determined by the strategy, theory and marketing management applied. This research was conducted to find out what marketing strategies for easy mudharabah savings products are used by Bank Syariah Indonesia KCP Medan Juanda to increase the number of customers. This research uses descriptive qualitative analysis methods, using primary data, namely the researcher took data directly by interviewing the Marketing Funding BSI KCP Medan Juanda and secondary data secondary data obtained from documents, scientific journals, books and literature related to the research problem. The results obtained were that BSI carried out a marketing strategy, one of which was by implementing the 4p marketing mix, namely (product, price, promotion, place). BSI must be able to estimate strategic locations, collaborate with other agencies, expand market share, improve quality and innovate.*

Keywords : *Marketing Strategy, Financing Products, Customers, Islamic Bank*

PENDAHULUAN

Bank syari'ah merupakan lembaga intermediasi keuangan (financial intermediary institution) yang kegiatan operasionalnya tidak memakai sistem bunga sebagai alat untuk memperoleh keuntungan pendapatan maupun membebaskan bunga atas penggunaan dana pinjaman nasabah, karena didalamnya terdapat unsur riba yang diharamkan oleh syariat Islam. Pada umumnya kegiatan operasional perbankan adalah salah satunya menawarkan produk penghimpun dana berupa tabungan giro dan deposito. Hanya saja dalam perbankan syariah menggunakan prinsip-prinsip yang telah ditentukan sesuai syariah seperti wadiah (titipan) dan mudharabah (bagi hasil). (Muhammad, 2017)

Nasabah bank memiliki karakteristik dalam menggunakan produk bank syariah. Jika bank syariah dapat menciptakan produk tersebut maka dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi. Calon nasabah akan membutuhkan bank syariah, maka bank syariah harus memiliki produk dan pelayanan yang unggul. Dengan begitu bank syariah mendapatkan pangsa pasar yang lebih tinggi, sehingga mewujudkan profitabilitas dan nilai. (Zainul, 2009)

Pertumbuhan perbankan syariah saat ini sudah meyebar luas, bahkan hampir ada di setiap daerah. Otomatis persaingan antar perbankan syariah sangat ketat. Ditambah lagi setelah dikeluarkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, Bank Syariah semakin berlomba-lomba dalam mengeluarkan produk-produk dan jasa-jasa yang sesuai dengan prinsip syariat Islam, yang memberikan kemudahan, keuntungan serta kepuasan bagi nasabahnya, tentunya untuk memperkenalkan produk-produk yang ada, masing-masing lembaga mempersiapkan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan yaitu meningkatkan jumlah nasabah. (Soemitra, 2018)

BSI KCP Medan Juanda memiliki produk tabungan easy yang mana dalam pengelolaannya menggunakan akad wadiah dan akad mudharabah. Tabungan easy wadiah merupakan jenis simpanan dimana nasabah menitipkan dananya kepada bank dan bisa diambil kapan saja meskipun pihak bank boleh memanfaatkan dana tersebut, sedangkan bank Tabungan Easy Mudharabah ini memakai akad mudharabah muthlaqah yang mana nasabah bertindak sebagai shahibul maal (pemilik dana) dan bank sebagai mudharib (pengelola dana). Lalu nasabah yang menabung akan mendapatkan nisbah keuntungan atau bagi hasil sesuai kesepakatan bersama dan juga tidak bisa diambil kapan saja melainkan berdasarkan perjanjian diawal. (Muhaeni et al., 2022)

Tabungan easy mudharabah bersifat investasi yang ditujukan kepada masyarakat yang ingin mendapatkan keuntungan dalam menabung atau dalam istilah lain kerja sama antara pihak bank dan nasabah, dimana pihak bank boleh memanfaatkan dana yang dititipkan oleh nasabah. Kemudian adanya bagi hasil antara pihak bank dan nasabah berdasarkan perjanjian di awal yang telah di sepakati bersama. Karena bersifat investasi, simpanan tersebut tidak dapat diambil kapan saja melainkan berdasarkan kesepakatan bersama. (Ismaydina & Jannah, 2022)

Pada saat penulis melakukan kegiatan magang di PT Bank Syariah KCP Medan Juanda, penulis menemukan fenomena berupa banyak nasabah yang memilih membuka tabungan easy wadiah karena tidak dikenakan biaya admin pada tabungan wadiah. Hak tersebut tentunya membuat produk tabungan easy mudharabah sedikit peminatnya daripada tabungan easy wadiah. Padahal tabungan easy mudharabah memberikan benefit yang tak kalah unggul dari tabungan easy wadiah yaitu nasabah mendapat keuntungan bagi hasil sesuai kesepakatan dalam menabung atau berinvestasi pada tabungan ini lalu gratis biaya Tarik tunai di seluruh ATM BSI dan seluruh ATM Mandiri serta bebas biaya transaksi diseluruh EDC Mandiri dan seluruh EDC Bank Syariah Indonesia dan EDC jaringan Prima.

Berdasarkan fenomena tersebut penulis tertarik untuk membahas serta mengetahui strategi apa yang digunakan PT bank Syariah KCP Medan Juanda dalam menarik minat nasabah untuk menabung menggunakan produk tabungan easy mudharabah agar tabungan tersebut banyak diminati oleh masyarakat. Dari permasalahan diatas, peneliti tertarik mengangkat judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Juanda”

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran didefinisikan sebagai sebuah cara yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Di dalam strategi pemasaran tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan. (Zainul, 2009)

Strategi pemasaran sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bagian pemasaran menjadi bagian yang berperan sangat penting dalam mewujudkan rencana usaha.

B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Menurut (Lie et al., 2019) persaingan perbankan saat ini sangat ketat, bank syariah membutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Setiap perusahaan pasti menginginkan agar volume

penjualan, market share, kepuasan pelanggan meningkat. Konsep pemasaran mempunyai alat pemasaran taksis yang terkendali, yaitu dikenal dengan marketing mix. Terdapat empat komponen marketing mix atau bauran pemasaran yaitu:

1. Product (produk)

Strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Strategi produk yang dapat dilakukan yaitu tentang acuan/bauran produk (produk mix), merk dagang (brand), cara pembungkusan/ kemasan produk, kualitas produk, dan pelayanan (services).

2. Price (harga)

Harga dapat mempengaruhi penerimaan penjualan, keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.

3. Promotion (Promosi)

Unsur-unsur atau peralatan promosi yang dapat dikombinasikan dikenal dengan acuan/bauran promosi. yang terdiri atas Advertensi (dengan media massa seperti tv, radio, surat kabar), personal selling (penyajian secara lisan), sales promotion (kegiatan pemasaran: pameran, pertunjukan), publisitas (berupa berita, atau hasil wawancara). Saluran yang mempengaruhi (channel).

4. Place (lokasi)

Tempat dapat diartikan sebagai pemilihan tempat atau lokasi usaha. Perencanaan pemilihan lokasi yang baik berdasarkan pada istilah strategis. Memanfaatkan kelebihan dari perusahaan adalah inti dari distribusi

C. Bank Syariah Indonesia

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. (BSI, n.d.)

Penggabungan tersebut disetujui Otoritas Jasa Keuangan melalui Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor 4/KDK.02/2021 tanggal 27 Januari 2021 tentang Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRISyariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank Hasil Penggabungan.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

Salah satunya PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Juanda bertempat di Jln. Jl. Ir. H. Juanda No.3a, Ps. Merah Bar., Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara. Sebelumnya Bank Syariah Indonesia KCP Medan Juanda berada pada KCP Medan Kampung Baru. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Juanda menjalankan operasionalnya pada tanggal 05 September 2022.

D. BSI Tabungan Easy Mudharabah

Produk tabungan BSI Easy Mudharabah merupakan akun simpanan yang menggunakan akad mudharabah muthlaqah dimana nasabah bertindak sebagai shahibul maal (pemilik dana) dan bank sebagai mudharib (pengelola dana). Lalu nasabah yang menabung akan mendapatkan nisbah keuntungan atau bagi hasil sesuai kesepakatan bersama dan juga tidak bisa diambil kapan saja melainkan berdasarkan perjanjian diawal. (BSI, n.d.)

- **Keuntungan**

- Biaya penarikan tunai gratis di ATM, baik BSI atau Mandiri
- kegiatan sederhana yang menggunakan mbanking atau net banking
- Biaya transaksi gratis untuk semua EDC, baik Bank Mandiri, Bank di Indonesia, dan berjangkaran prima
- Dapat dibuka melalui pembukaan rekening online
- ATM yang bisa dipakai disemua ATM BSI, Bank Mandiri, ATM bersama, ATM prima, ATM link, dan ATM berlogo VISA

METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu metode yang sifatnya menguraikan, menggambarkan, membandingkan suatu data dan keadaan serta menerangkan suatu keadaan sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini ada dua sumber yakni data primer yaitu data yang bersumber dari informan yang mengetahui secara jelas dan rinci mengenai masalah yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti mengambil data secara langsung dengan wawancara kepada pihak Marketing Funding BSI KCP Medan Juanda. Selanjutnya data sekunder yaitu jenis data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada seperti dokumen, jurnal ilmiah, buku, serta literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran Bank Syariah

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan BSI KCP Medan Juanda untuk menghadapi pesaing bank syariah lainnya. Strategi Pemasaran produk tabungan easy mudharabah yang dilakukan oleh BSI KCP Medan Juanda untuk meningkatkan jumlah nasabah yaitu menggunakan marketing mix atau bauran pemasaran sebagai berikut:

a. Produk

BSI KCP Medan Juanda membuat program “**Pesta Hadiah 2023**” tabungan easy mudharabah. Program ini dibuat bagi nasabah yang ingin menabung menggunakan easy mudharabah akan mendapatkan hadiah dengan ketentuan :

- **Hadiah Koper Polo Kiss**
 - Dana blokir 50.000.000 dengan Tenor 6 bulan
 - Dana blokir 25.000.000 dengan Tenor 12 bulan
- **Hadiah Magicom Yongma 7047**
 - Dana blokir 150.000.000 dengan Tenor 12 bulan
 - Dana blokir 75.000.000 dengan Tenor 6 bulan
- **Hadiah Dispenser Polytron PWC 600**
 - Dana blokir 170.000.000 dengan tenor 12 bulan
- **Hadiah Sepeda Lipat**
 - Dana blokir 200.000.000 dengan Tenor 12 bulan

Dan masih banyak hadiah yang lainnya yang tersedia di katalog Pesta Hadiah 2023 BSI KCP Medan Juanda.

Nasabah bisa membuka tabungan easy mudharabah lewat website Bsiform, di dalam website tersebut sudah ada langkah-langkah cara membuka tabungan dan juga penjelasan singkat mengenai tabungan easy mudharabah dan juga bisa membuka tabungan easy mudharabah lewat BSI Mobile. Atau bisa datang langsung ke kantor BSI KCP Medan Juanda

b. Harga

Nasabah bisa melakukan setoran awal minimal Rp 100.000, paling sedikit setoran seterusnya via teller Rp. 50.000. nasabah dikenakan bebab administrasi sebesar Rp. 10.000. Biaya yang dikenakan jika menutup rekening karena batal Rp 20.000. uang yang ditabung tidak dapat diambil kapan saja melainkan berdasarkan kesepakatan bersama.

Nisbah untuk nasabah

- Kurang dari Rp 1.000.000: 1 %

- Rp. 1.000.000 - < Rp. 50.000.000: 4 %
- Rp. 50.000.000 - < Rp. 100.000.000: 8 %
- Rp. 100.000.000 - < Rp. 500.000.000: 10 %
- Rp. 500.000.000 - < Rp. 1.000.000.000: 11 % 6) > Rp. 1.000.000.000: 13 %.

c. Promosi

Pihak bank melakukan promosi produk tabungannya dengan cara sebagai berikut:

- **Membuat brosur dengan tawaran yang menarik**

Agar produk tabungan easy mudharabah dilirik oleh masyarakat atau nasabahnya, BSI KCP Medan Juanda membuat “Katalog Pesta Hadiah 2023” yang didesain semenarik mungkin dan mudah di mengerti oleh nasabahnya. Isi katalog tersebut adalah penjelasan ketentuan dana blokir dan tenor serta hadiah yang didapat nasabah jika membuka tabungan easy mudharabah.

- **Membuat konten di sosial media**

Strategi promosi dilakukan menggunakan media sosial media seperti instagram, facebook. Pihak bank memposting foto brosur atau katalog yang berisi produk produk tabungan easy mudharabah yang mereka punya. Bisa juga melalui website dengan menampilkan produk jasa, membuat brosur yang berisi fasilitas layanan Bank Syariah Indonesia. Lalu brosurnya disebar ke masyarakat sehingga masyarakat mengetahui produk perbankan dan bisa memperkenalkannya ke saudara dan teman terdekat.

- **Penjualan pribadi oleh pihak bank (Cross Selling)**

Pegawai bank melakukan promosi kepada nasabahnya langsung atau kepada saudara dan teman terdekat. Promosi dengan cara penjualan pribadi ini dilakukan agar pegawai bank bisa bertatap muka dengan calon nasabah atau nasabah sehingga memberikan informasi lebih mudah.

- **Sosialisasi**

Pihak BSI KCP Medan Juanda sudah melakukan sosialisasi ke Dinas Kesehatan Kota Medan, Rumah sakit Elisabeth dengan menjelaskan kepada masyarakat mengenai produk tabungan easy mudharabah.

d. Tempat

Lokasi yang strategis juga bisa meningkatkan jumlah nasabah. Bank Syariah Indonesia berada di jalan Jln. Jl. Ir. H. Juanda No.3a, Ps. Merah Bar., Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara. Lokasi tersebut di jalan raya, di samping lampu merah yang mana letaknya strategis dan mudah ditemukan oleh masyarakat. Selain itu BSI KCP Medan Juanda melakukan sosialisasi dengan membuka stan di lokasi yang strategis seperti universitas, pajak, dinas kesehatan, sekolah.

KESIMPULAN

Bank Syariah Indonesia KCP Medan Juanda melakukan strategi pemasaran produk tabungan easy mudharabah menggunakan marketing mix atau bauran pemasaran yakni produk, harga, lokasi dan promosi untuk meraih segementasi pasar. Untuk **produk (product)** BSI KCP Medan Juanda membuat program “Pesta Hadiah 2023” tabungan easy mudharabah. Promosi tersebut dapat menarik perhatian nasabah sehingga nasabah berminat untuk memilih tabunagn easy mudharabah. Untuk **penetapan Harga (price)**, nasabah bisa melakukan setoran awal minimal Rp 100.000, nasabah dikenakan bebab administrasi sebesar Rp. 10.000. Biaya yang dikenakan jika menutup rekening karena batal Rp 20.000. uang yang ditabung tidak dapat diambil kapan saja melainkan berdasarkan kesepakatan bersama. **Lokasi (place)** yang strategis dapat membantu calon nasabah agar bisa menemukan BSI KCP Medan Juanda. **Promosi (promotion)** dilakukan menggunakan media sosial, penjualan pribadi, dan kegiatan sosialisasi.

SARAN

Setiap lembaga perbankan syariah memiliki strategi tersendiri dalam mempromosikan produknya kepada masyarakat untuk mencapai tujuan bank tersebut yaitu meningkatkan jumlah nasabah. Kualitas pelayanan juga tidak kalah penting dalam strategi pemasaran. Jika strategi pemasaran dan pelayanan yang digunakan tidak tepat, maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan yang ada sehingga tujuan perusahaan tidak akan tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- BSI. (n.d.). *Bank Syariah Indonesia*. Retrieved March 6, 2023, from <https://www.bankbsi.co.id/>
- Ismaydina, P., & Jannah, N. (2022). Mekanisme Tabungan Easy Mudharabah pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Tomang Elok. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 944–951.
- Lie, D., Saling, & Zuhrinal, N. (2019). *Pengantar Bisnis*. Madenatera.
- Muhaeni, S. N., Apsari, P. I., Yusron, M., & Setiyowati, A. (2022). Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 2(1), 29–42.
- Muhammad. (2017). *Manajemen Dana Bank Syariah*. RajaGrafindo Persada.
- Soemitra, A. (2018). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana.
- Zainul, A. (2009). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Azkia Publisher.