

Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Easy Wadi'ah* PT Bank Syariah TBK KCP Medan Pulo Brayan

NUZUL RAMADHAN

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Medan

Email: nuzul.rmdn123@gmail.com

Abstrak

Strategi dapat diartikan sebagai alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, strategi merupakan rencana khusus yang membutuhkan kecermatan manajemen serta ketersediaan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang relatif besar. Pemasaran ialah sebuah strategi bisnis yang mengacu pada aktifitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan suatu produk. Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai strategi yang diterapkan oleh suatu perusahaan atau individu untuk memasarkan produk atau jasa yang dimilikinya serta untuk memikat target pasar untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagai macam strategi yang digunakan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kcp Medan Pulo Brayan dalam menarik minat nasabah untuk membuka tabungan Easy Wadi'ah. Hasil dari pengamatan ini adalah mengetahui strategi pemasaran khususnya pemasaran produk tabungan Easy Wadi'ah yang diterapkan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kcp Medan Pulo Brayan, yakni bauran pemasaran. Meliputi produk (product), harga (price), tempat (place), promosi (promotion), orang (people), proses (procces), dan bukti fisik (physical evidence).

Kata Kunci : *Strategi, Pemasaran, dan Bauran pemasaran.*

Pendahuluan

Perbankan merupakan lembaga yang mengemban tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan menerima jasa pengiriman uang. Didalam sejarah peradapan islam fungsi tersebut juga sudah diterapkan, dalam bentuk titipan harta, memberi pinjaman uang untuk keperluan konsumsi (*qardh*), mengalokasikan uang untuk keperluan bisnis (*mudharabah* dan *musyarakah*), dan melakukan pengiriman uang dan tukar-menukar uang (*al-sharf*).¹ Bank diperlukan sebagai lembaga keuangan yang berfungsi untuk menyimpan, menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat agar mencapai pertumbuhan ekonomi dan stabilitas ekonomi sehingga akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Fungsi bank tersebut telah sesuai dengan UU RI No. 10 Tahun 1998, yang menjelaskan bahwa Bank adalah badan usaha yang tugasnya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kemasayarakat dalam bentuk kredit, atau dalam bentuk lainnya yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.²

Sesuai dengan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, Perbankan Syariah adalah bank yang kegiatan usahanya berlandaskan prinsip syariah yang telah diatur dalam fatwa MUI yang meliputi prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), danouniversalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, zalim dan objek yang haram. Dalam melakukan kegiatan usahanya, Bank Syariah diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas memberikan saran serta masukan kepada para direksi dan melakukan pengawasan kegiatan operasional Bank agar sesuai dengan prinsip syariah.³ Perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang mengenai Bank syariah dan unit usaha syariah, melingkupi kelembagaan dan kegiatan usaha, serta tata cara dan mekanisme dalam melakukan kegiatan usahanya. Dalam prinsip syariah terdapat larangan untuk meminjamkan uang dengan adanya bunga atau biasa disebut dengan *riba* dan juga di larang berinvestasi kepada usaha-usaha yang mengandung unsur haram dalam kegiatan maupun hasil dari kegiatan usahanya.

¹ Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah*, (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019).

² Irsyadi Zain dan Y.Rahma Akbar, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Yogyakarta: CV Budi Utomo, 2012), Hal.21.

³ [Http://www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) diakses pada Hari Rabu 16 Maret 2022 pukul 03.09.

Bank Syariah Indonesia Tbk Kcp Medan Pulo Brayon sebagai salah satu perbankan syariah di Indonesia mempunyai produk dalam menghimpun dana, yang salah satunya adalah produk Tabungan *Easy Wadi'ah*. Tabungan merupakan produk simpanan yang paling banyak digemari oleh semua lapisan masyarakat, mulai dari masyarakat perkotaan maupun sampai ke perdesaan. UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 menjabarkan pengertian tabungan, yaitu simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat melakukan penarikan dengan cek, bilyet, giro dan atau alat lainnya.

Akibat dari telah terjadinya liberalisasi di bidang perbankan menjadikan persaingan untuk merebutkan pasar perbankan pun semakin ketat, sehingga sangat diperlukannya strategi pemasaran yang jitu untuk merebut hati target pasar perbankan dalam ini adalah para nasabah. Pada dasarnya pemasaran bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli atau memakai produk pada saat mereka membutuhkannya, sehingga diperlukannya perencanaan strategi pemasaran yang kompleks untuk jangka pendek ataupun panjang agar dapat memudahkan kegiatan pemasaran.

Tinjauan Penilaian

Pengertian Pemasaran

Pemasaran ialah kegiatan yang memiliki tujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan manusia. Secara ringkas pemasaran dapat disebutkan sebagai "*meeting profitably*" yaitu bagaimana perusahaan bisa melayani kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan konsumen dan perusahaan.⁴ Konsep inti pemasaran meliputi kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, serta pemasaran dan pasar.⁵ Kebutuhan ialah saat dimana dirasakannya ketiadaan kepuasan atas dasar tertentu. Keinginan dapat diartikan sebagai kemauan yang kuat akan pemenuhan yang terkhusus terhadap kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan permintaan memiliki arti sebagai keinginan akan satu produk tertentu dan didukung dengan kemampuan dan kemauan untuk membelinya.⁶

Pengertian Strategi

⁴ Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016).

⁵ Farida Yulianti, Lamsah, dan Periyadi, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019).

⁶ *Ibid. Hal. 2-3.*

Strategi dapat diartikan sebagai rencana dalam cakupan luas yang berorientasi dalam jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang bersaing agar dapat mencapai tujuan suatu perusahaan. Strategi adalah rencana jangka panjang yang dapat digunakan oleh perusahaan. Suatu strategi didasarkan oleh kesiapan suatu perusahaan tentang bagaimana, kapan, dan dimana perusahaan akan bersaing, akan melawan siapa dalam persaingan tersebut, dan apa tujuan perusahaan tersebut melakukan persaingan.⁷

Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran dapat diartikan sebagai tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang menyampaikan arahan kepada usaha-usaha pemasaran dari masa ke masa, pada berbagai tingkatan dan acuan serta penerapannya, terutama sebagai kesiapan perusahaan dalam menghadapi berbagai macam persaingan yang selalu berubah-ubah. Agus Hermawan menyatakan strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mencegah terjadinya penurunan jumlah konsumen serta daya saing produk bisnis di pasar.⁸ Dengan adanya strategi proses pemasaran yang diinginkan dapat dipertahankan, serta strategi dapat memberikan inovasi yang unggul agar dapat memberikan kesan keunikan dan keistimewaan produk yang ditawarkan kepada konsumen, hal ini merupakan salah satu cara jitu yang selalu dibutuhkan dalam pemasaran.

Metode Penelitian

Teknik pengumpulan data dan bahan untuk melaksanakan penelitian ini, diterapkan metode-metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan

Melakukan penghimpunan data serta memanfaatkan teori-teori yang bertautan dengan masalah-masalah yang hendak di bahas, yang dihasilkan dari bermacam buku-buku yang bertautan dengan studi.

2. Studi Lapangan

⁷ Jhon A.Pearce II, Richard B.Robinson Jr, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014) hlm 4.

⁸ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012).

Penelitian ini dibuat dengan melaksanakan pemantauan langsung serta melaksanakan tanya jawab dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tabungan *Easy Wadi'ah*

Tabungan *Easy Wadi'ah* adalah produk tabungan untuk nasabah perorangan. Akad yang melandasi produk ini yaitu *wadi'ah yad dhamanah* di mana nasabah menitipkan dananya dan Bank BSI boleh mengelola dana tersebut. Produk tabungan ini memiliki salah satu keunggulan yaitu gratis biaya admin bulanan sehingga sangat mendukung bagi nasabah yang tidak ingin saldonya terpotong setiap bulannya. Mata uang yang digunakan pada produk tabungan ini hanya Rupiah. Fasilitas yang diperoleh apabila membuka rekening tabungan *Easy Wadi'ah* yaitu mendapatkan buku tabungan, kartu ATM, dan mobile banking. Rincian biaya tabungan *Easy Wadi'ah* adalah :

1. Setiap nasabah yang akan membuka rekening melakukan setoran awal sejumlah Rp. 100.000,-.
2. Saldo minimal yang otomatis mengendap dalam rekening sejumlah Rp. 50.000,-.
3. Apabila nasabah akan melakukan penutupan rekening akan dikenakan biaya sejumlah Rp. 20.000,-.
4. Tarif yang dibebankan kepada nasabah jika selama 36 bulan rekening tersebut tidak melakukan transaksi maka akan dikenakan administrasi Rp. 5.000,- perbulan.
5. Apabila kartu ATM hilang/rusak maka untuk mengganti kartu ATM yang baru akan dikenakan biaya Rp. 25.000,-.⁹

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk pembukaan Tabungan BSI *Easy Wadi'ah* tersebut adalah sebagai berikut :

1. Untuk warga negara Indonesia memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP), memiliki NPWP (jika ada), memiliki Kartu Tanda Pelajar/Mahasiswa (bagi pelajar/mahasiswa), mempunyai kuota internet untuk melakukan pendaftaran calon nasabah. Bagi yang belum memiliki KTP, pendaftaran dilakukan atas nama orang tua/wali serta diperlukan Akta Kelahiran dan Kartu Keluarga.

⁹ <https://webform.bsm.co.id/greeting/CS>, Diakses pada Hari Selasa 15 maret 2022, pukul 09.00.

2. Melakukan pendaftaran melalui <http://webform.bsm.co.id> secara gratis dan akan mendapatkan nomor reservasi.
 3. Mendatangi kantor Bank BSI terdekat untuk menyelesaikan pendaftaran dengan menyerahkan nomor reservasi dan melakukan setoran awal.
- B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Easy Wadi'ah* di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Medan Pulo Brayan.

agar dapat menarik minat nasabah untuk membuka Tabungan *Easy Wadi'ah* di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan, tentunya perlu menggunakan strategi pemasaran. Dalam hal ini bauran pemasaran, terdapat tujuh komponen bauran pemasaran yang digunakan yaitu:¹⁰

1. Produk (*Product*)

Tabungan *Easy Wadi'ah* merupakan salah satu dari produk pendanaan (*funding*) yang ditawarkan oleh Bank BSI. Tabungan tersebut menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*, yang berarti dana titipan dari nasabah boleh digunakan oleh pihak bank dan keuntungan sepenuhnya diperoleh untuk bank.

Tabungan *Easy Wadi'ah* ini memiliki beberapa kelebihan yang dapat menarik minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

- a. Bebas potongan biaya administrasi setiap bulannya.
- b. Tidak dikenakan tarif tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri.
- c. Gratis biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri, semua EDC Bank di Indonesia, dan EDC berjaringan PRIMA.
- d. Fasilitas transaksi dengan *mobile banking* dan *net banking*.
- e. Kartu ATM yang dapat digunakan di seluruh mesin ATM BSI, mesin ATM Bank Mandiri, mesin ATM Bersama, mesin ATM Prima, mesin ATM Link, dan mesin ATM berlogo VISA.

¹⁰ Danise Tria Akmala, *Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan Utama Di Bank Mega Syariah Cabang Semarang*, (Semarang: UIN Walisongo, 2005).

Selain itu, untuk melakukan pembukaan rekening, calon nasabah dapat mengakses melalui BSI Mobile maupun <http://webform.bsm.co.id>. Nasabah hanya perlu ke Bank untuk mengambil buku tabungan dan ATM.

2. Harga (*Price*)

Harga atau dalam hal ini biaya-biaya yang perlu dikeluarkan untuk proses pendaftaran hingga penggunaan tabungan merupakan suatu pertimbangan yang penting bagi nasabah. Oleh karena itu Bank Syariah Indonesia menawarkan *price* yang cukup kompetitif dengan rincian sebagai berikut :

- a. Biaya administrasi: gratis
- b. Setoran awal Rp. 100.000,-
- c. Saldo minimal Rp. 50.000,-
- d. Biaya tutup rekening Rp. 20.000,-
- e. Biaya dormant/bulan Rp. 5.000,-
- f. Biaya penggantian kartu ATM karena hilang/rusak: Rp25.000,- Dengan rincian di atas, dibandingkan penawaran produk bank lain,

Tabungan *Easy Wadi'ah* cukup menguntungkan sebab tidak ada biaya administrasi bulanan.

3. Tempat (*Place*)

Untuk dapat menjangkau *customer*, pemilihan tempat yang strategis merupakan pertimbangan penting. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan beralamat di Jln. Yos Sudarso Komplek Mega Glugur Mas No 3-4, Medan Sumatera Utara. Lokasi tersebut sangat strategis dan mudah dijangkau karena berada di sekitar pajak (pasar), Sekolah dan Universitas, pertokoan, dan rumah penduduk.

4. Promotion (*Promotion*)

Dalam melakukan strategi promosi, BSI KCP Medan Pulo Brayan menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

- a. Periklanan

Merupakan sebuah alat utama yang digunakan oleh BSI KCP Medan Pulo Brayan untuk memperkenalkan atau menginformasikan produk kepada nasabah. Periklanan dilakukan dengan memanfaatkan periklanan melalui media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp dan tiktok.

b. Promosi Penjualan

Strategi ini dilakukan oleh BSI KCP Ambarukmo dengan cara memberikan souvenir kepada nasabah. Seperti payung, mug, kalender, dan lain-lain. Strategi tersebut terbukti menjadi salah satu strategi yang efektif guna menarik dan meningkatkan loyalitas nasabah.

5. Orang (*People*)

karyawan merupakan salah satu unsur penting dalam dunia perbankan syariah. Sebab perbankan syariah merupakan bisnis yang bergerak di bidang jasa. Karyawan harus memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah.

Pada prakteknya, yang terlibat langsung dengan nasabah yaitu, *teller*, *customer service*, satpam, dan *marketer*. Keempat peran tersebut di BSI KCP Medan Pulo Brayan dituntut untuk berperilaku 5S (*senyum, salam, sapa, sopan, santun*) kepada nasabah.

6. Proses (*Process*)

Proses merupakan keseluruhan kegiatan kerja yang melibatkan suatu prosedur, tugas, jadwal, mekanisme, aktivitas dan rutinitas dengan produk atau jasa disalurkan kepada *customer*. Ketika ada nasabah ingin melakukan pembukaan tabungan *easy wadi'ah* ada beberapa proses atau prosedur yang harus dilakukan oleh *frontliner* BSI KCP Medan Pulo Brayan, yaitu:

- a. Nasabah datang Ke kantor BSI KCP Medan Pulo Brayan.
- b. Satpam mengarahkan dan membantu nasabah membuka rekening secara online untuk kemudian memperoleh kode reservasi
- c. Setelah itu satpam akan memberikan nomor antrian CS untuk pencetakan buku rekening dan kartu ATM.
- d. Setelah selesai pencetakan, nasabah akan diarahkan CS ke *teller* untuk

aktivasi kartu ATM dan memberikan setoran awal.

7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik (*Physical Evidence*) merupakan wujud lingkungan fisik tempat jasa terjadi dan terdapat interaksi secara langsung dengan *customer*. Dalam hal ini adanya kantor BSI KCP Medan Pulo Brayan yang didesain untuk menunjukkan identitas dari BSI secara eksterior dan interior. Selain itu, kartu nama, seragam karyawan, halaman *web* (wujud jasa dalam bentuk virtual), merupakan bukti fisik lain yang dapat dilihat oleh nasabah.

Dari tujuh strategi diatas, strategi yang dianggap paling berhasil yaitu promosi, karena dengan adanya promosi maka nasabah atau calon nasabah akan mengetahui produk yang ada di Bank BSI, dengan begitu akan membuat nasabah dan calon nasabah tertarik untuk menggunakan produk tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada pembahasan-pembahasan di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain:

1. Tabungan *Easy Wadi'ah* dari BSI KCP Medan Pulo Brayan merupakan tabungan yang menggunakan akan *wadi'ah yad dhamanah* di mana nasabah menitipkannya pada bank dan bank boleh memanfaatkan dana tersebut. Adapun mata uang yang digunakan dalam tabungan ini adalah Rupiah dan tidak ada mata uang lainnya. Dengan membuka tabungan *Easy Wadi'ah*, ada banyak fasilitas yang dapat diperoleh nasabah. Salah satu yang paling penting adalah adanya *mobile banking* dan *net banking*.
2. Strategi pemasaran Produk Tabungan *Easy Wadi'ah* di BSI KCP Medan Pulo Brayan menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence* dilaksanakan dengan cukup baik agar dapat menarik minat nasabah untuk membuka produk tabungan *Easy Wadi'ah* Khususnya di BSI KCP Medan Pulo Brayan.

Saran

Adapun saran-saran berdasarkan hasil dari pembahasan yakni sebagai berikut:

1. Menjangkau lebih luas masyarakat untuk menawarkan produk yang ada diBSI agar masyarakat lebih mengenal BSI dan produk-produk yang ada.
2. Mengenalkan produk Tabungan *Easy Wadi'ah* dan keunggulannya seluas mungkin dengan meningkatkan promosi melalui sosial media seperti instagram, whatsapp, tiktok dan facebook atau dapat dilakukan secara langsung.
3. Lebih memanfaatkan sosial media agar BSI dan Produk-produknya terkhusus tabungan *Easy Wadi'ah* dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Akmala, Danise Tria. 2005. *Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan Utama Di Bank Mega Syariah Cabang Semarang. Skripsi*. Prodi Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang.

Andrianto, dan M. Anang Firmansyah. 2019. *Manajemen Bank Syariah*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.

Hermawan Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

[Http://www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

[Https://webform.bsm.co.id/greeting/CS](https://webform.bsm.co.id/greeting/CS)

[Https://www.bankbsi.co.id/company-information/reports](https://www.bankbsi.co.id/company-information/reports)

Pearce A. Jhon, dan Richard B. Robinson Jr. 2014. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.

Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.

Yulianti Farida, Lamsah, dan Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Zaini Irsyadi, dan Y. Rahma Akbar. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yogyakarta: Budi Utomo.