

## Strategi Pemasaran Produk Tabungan Giro IB Yang Berkonsep Mudharabah Pada BankSumut Syariah Capem HM. Yamin

Fitra Maulana Roza, Nurul Jannah

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

<sup>1</sup>email: fitramaulana32@gmail.com

<sup>2</sup>email: jnurul1992@gmail.com

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to find out about the marketing strategy of the iB Current Account product. This research is a type of descriptive research using a qualitative approach. Information obtained from interviews, literature review sourced from several books and critical thinking from the author. Based on the results of the author's research at PT Bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin. So what can be concluded from the company where the author carries out practical internship work, namely as follows; PT Bank Sumut which is one of the tools/complements of regional autonomy in the banking sector, PT Bank Sumut has a function as a driver and driver of the pace of development in the region, acting as a regional treasury holder and or carrying out regional money storage as well as a source of regional income and as a source of regional income. Commercial banks. The government considers PT Bank Sumut capable of reviving and considering the important role of PT Bank Sumut in supporting development in the North Sumatra area, the government only includes PT Bank Sumut in recapitalized banks.*

**Keywords:** Marketing strategy,Savings Products IB Current account

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk Mengetahui tentang Strategi Pemasaran produk Tabungan Giro iB . Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Informasi didapat dari hasil wawancara, kajian pustaka yang bersumber dari beberapabuku dan pemikiran kritis dari penulis. Berdasarkan hasil penelitian penulis di PT Bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin. Maka yang dapat disimpulkan dari perusahaan tempat penulis melaksanakan kerja praktek magang, yakni sebagai berikut; PT Bank Sumut yang merupakan salah satu alat/kelengkapan otonomi daerah di bidang perbankan, PT Bank Sumut mempunyai fungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah dan atau melaksanakan penyimpanan uang daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah serta sebagai Bank Umum. Pemerintah menganggap PT Bank Sumut mampu untuk bangkit kembali dan mengingat pentingnya peranan PT Bank Sumut dalam menunjang pembangunan di daerah Sumatera Utara, maka pemerintah hanya memasukkan PT Bank Sumut ke dalam bank yang direkapitalisasi.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran,Produk Tabungan Giro iB

## PENDAHULUAN

Menurut UU No. 21 tahun 2008 Bank Syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam yaitu mengedepankan keadilan, kemitraan, keterbukaan, kemanfaatan. Ternyata perbankan syariah sebagai institusi bisnis sangat menjanjikan secara praktik, produk dan layanan, bank syariah juga sesuai dengan konsep islam yang rahmatan lil alamin. Sebagaimana yang kita ketahui Bank Syariah dengan Bank Konvensional itu berbeda di Bank Konvensional penentuan harga selalu didasarkan pada bunga. Sistem bunga dalam islam itu adalah riba dan riba itu adalah perbuatan yang diharamkan Allah, sedangkan Bank Syariah dalam penentuan harga selalu didasarkan kepada konsep islam, yaitu kerja sama dalam skema bagi hasil, baik untung maupun rugi.

Terdapat tiga produk yang ditawarkan oleh bank syariah kepada masyarakat. Pertama, produk penghimpunan dana (funding), produk ini dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito dengan menggunakan prinsip wadi'ah dan mudharabah. Kedua, produk penyaluran dana (financing) yang terbagi kedalam jual beli (murabahah), jual beli (salam), jual beli (istishna'), sewa (ijarah), pembiayaan (musyarakah), pembiayaan (mudharabah), alih piutang (hiwalah), gadai (rahn), pinjaman (qardh), perwakilan (wakalah), garansi bank (kafalah). Kemudian, yang ketiga adalah jasa perbankan, seperti sharf yaitu jual beli valuta asing. Pada produk tabungan, bank syariah menggunakan dua prinsip yaitu wadi'ah dan mudharabah.

Pemasaran sangat penting bagi semua bisnis, tidak memandang bisnis tersebut besar maupun kecil. Apabila dalam suatu bisnis tidak adanya pemasaran, maka konsumen tidak akan mengetahui tentang sebuah produk yang dihasilkan dari bisnis tersebut dan membuat penjualannya menjadi rendah. Tetapi dengan melakukan suatu pemasaran yang baik maka akan membuat banyak orang tahu tentang produk yang dihasilkan perusahaan tersebut, dan memungkinkan banyak konsumen yang tertarik, terlebih lagi produk usaha bisnis perusahaan itu memiliki kualitas yang baik.

**Tabel 1.1**

Rincian jumlah nasabah pada produk Giro IB *Mudharabah*

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Dalam Milyard
1	2015	-	-
2	2016	1	653,737
3	2017	8	101,906,980
4	2018	1	1,363,732

*Sumber data : Bank Sumut Cepem Syariah H.M Yamin Medan*

Pada data tersebut dapat dilihat bahwa produk Giro sangat sedikit diminati oleh nasabah. Pada tahun 2015 pencapaian produk giro sama sekali tidak ada, pada tahun 2016 pencapaian mencapai 10%, tahun 2017 mencapai 80%, dan pada tahun 2018 mencapai 10%. Tidak stabilnya pencapaian produk Giro ini adalah suatu bentuk bahwa nasabah kurang meminati produk ini. Rendahnya jumlah dana pihak ketiga pada produk Giro disebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk giro tersebut. Maka pihak Bank harus lebih giat lagi dalam melakukan strategi pemasaran untuk produk giro ini.

Dalam hal ini tentunya dipengaruhi oleh adanya strategi dalam pemasaran produk yang baik sehingga produk tersebut dapat menjadi tumpuan dalam meningkatkan profitabilitas. Sehingga penulis ingin meneliti strategi apa yang diterapkan Bank Sumut Syariah kcps H.M. Yamin pada pemasaran produk tabungan giro IB.

Strategi merupakan kunci utama dalam menjalankan pemasaran, yang dimana dengan adanya strategi pemasaran yang baik maka pemasaran akan menjadi lebih efektif serta dapat meningkatkan penjualan produk yang lebih baik. Dalam hal ini produk giro IB di Bank Sumut Syariah Kcps H.M Yamin akan menjadi produk yang baik dalam jumlah besar serta akan meningkatkan laba atau keuntungan perusahaan. Adapun produk giro IB pada Bank Sumut Kcps H.M Yamin menggunakan akad Mudharabah yang dimana pada akad ini nasabah akan menyerahkan dananya ke pihak Bank, dan pihak Bank akan mengelola dana tersebut serta memanfaatkannya untuk sebagai tambahan ekuitas dalam membuat pembiayaan syariah yang nantinya akan mendatangkan keuntungan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti ingin mengangkatnya menjadi pokok permasalahan yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Giro IB Yang Berkonsep Mudharabah Pada Bank Sumut Syariah Capem HM. Yamin”**

## LANDASAN TEORI

### ➤ Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Strategos* yang di ambil dari kata *stratos* yang berarti militer dan *Agyang* berarti pemimpin. Pada awalnya strategi di defenisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan. Konteks awalnya, penggunaan konsep strategi digunakan dalam dunia militer. Sejalan dengan perkembangan zaman, strategi digunakan untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial budaya dan agama. Yang dimaksud dengan strategi adalah keseluruhan upaya, dalam rangka mencapai sasaran yang mengarah ke pengembangan rencana marketing yang terperinci.

### ➤ Pemasaran

Kata pemasaran sering terdengar dalam kehidupan sehari-hari. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan kegiatan melalui proses pertukaran. Pemasaran bersangkutan dalam kebutuhan hidup sehari-hari. Menurut American Marketing Sociating pemasaran diartikan sebagai pelaksana dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai.

Beberapa ahli mengemukakan defenisi pemasaran, diantaranya seperti yang dikemukakan oleh Philip Kotler dimana pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Sedangkan menurut Bashu Swasto dan Irawan mengungkapkan bahwa “pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa pada pembeli.

Sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

### ➤ Strategi Pemasaran

Menurut Tull dan Kahle strategi pemasaran adalah sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel- variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasar, dan biaya bauran pemasar.

Bygrave mendefinisikan strategi pemasaran sebagai kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) dengan peluang pasar guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang lebih sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan perusahaan, karena didalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah yang akan dilakukan dalam menggunakan kesempatan dan peluang pada beberapa pasar sasaran.

### ➤ **Strategi Pemasaran Syariah**

Pasar syariah merupakan pasar yang sejalan dengan Alquran dan Hadist oleh sebab itu sering kali pasar syariah dinilai sebagai bisnis yang disebabkan oleh latar belakang keagamaan, berbeda dengan pasar konvensional yang bisnisnya dilatarbelakangi oleh keuntungan finansial sebesar-besarnya tanpa terlalu peduli apakah bisnis yang digelutinya mungkin menyimpang atau malah bertentangan dengan ajaran Islam atau tidak apakah cara yang digunakan dalam memperoleh keuntungan tersebut menggunakan cara-cara yang kotor ataukah tidak. Pasar syariah bukanlah pasar yang tidak mengambil keuntungan namun pasar syariah dalam menjalankan bisnisnya mengambil keuntungan dengan menggunakan tuntunan Islam, menggunakan cara-cara yang dibolehkan oleh agama, dengan cara yang halal dan jujur.

Pemasaran syariah merupakan bisnis yang disertai dengan keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridho Allah, maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah Subhanahu wa ta'ala. Dalam pemasaran syariah perudahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun turut pula berorientasi kepada keuntungan akhirat

### ➤ **Produk Giro iB**

Produk Giro iB Mudharabah dipersiapkan untuk mengantisipasi perkembangan penggunaan produk-produk perbankan syariah oleh masyarakat. Selama ini produk investasi perbankan yang sistemnya berbentuk tabungan dan deposito atas dasar akad Mudharabah (berbagi hasil) sedangkan produk Giro menggunakan akad Wadiah (Titipan). Adanya tuntutan masyarakat terutama pelaku bisnis akan kebutuhan sarana investasi melalui produk Giro maka perlu untuk menawarkan suatu produk investasi berupa Giro yang memberikan bagi hasil yang dinamakan simpanan Giro iB Mudharabah. Giro iB Mudharabah adalah Giro dengan prinsip Mudharabah Mutlaqah yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana dan bank sebagai pengelola dana. Media penarikan untuk Giro ini adalah Blanko cek dan Giro.

### ➤ **Akad Giro iB**

Akad yang digunakan pada Giro iB ialah akad Mudharabah. Akad Mudharabah adalah akad kerja sama dimana nasabah sebagai pemilik dana dan bank sebagai pengelola dananya. Mudharabah terbagi menjadi dua yaitu Mudharabah Mutlaqah dan Mudharabah muqayyadah. Mudharabah mutlaqah adalah mudharabah dimana pemilik dana memberikan kebebasan penuh kepada pengelola dana untuk mengelola dananya. Sedangkan mudharabah muqayyadah merupakan mudharabah dimana pemillik dana memberikan batasan dalam penggunaan dananya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Informasi didapat dari hasil wawancara, kajian pustaka yang bersumber dari jurnal dan pemikiran kritis dari penulis. Wawancara ini dilakukan selama dua hari dengan dua narasumber yaitu staff marketing oleh ibu Dini Fariza HP dan Costumer Service oleh ibu Rukmini. Subjek penelitian adalah Pegawai Bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin. Kajian pustaka yang bersumber dari jurnal dan pemikiran kritis dari penulis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Produk Giro iB di design sedemikian rupa untuk mempermudah para nasabah namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum memahami dari konsep giro iB itu sendiri, sehingga masih sedikit minat masyarakat menggunakan produk tabungan Giro iB pada Bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin. Banyaknya bank syariah yang berkembang memaksa setiap bank harus memiliki strategi pemasaran yang efisien dan efektif untuk menarik masyarakat agar menitipkan dananya di bank tersebut. Setiap bank syariah harus memiliki keunggulan agar dapat bersaing. Termasuk salah satunya adalah Bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin

Produk yang dipasarkan oleh Bank Sumut Syariah salah satunya adalah produk Giro IB. Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Giro IB yang berprinsip Wadi'ah yaitu yang tidak memiliki bagi hasil. Nasabah yang menabung direkening tersebut hanya mendapat bonus dengan memakai akad Wadi'ah. Wadi'ah adalah titipan yang selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan.

Adapun hasil wawancara dari staff marketing ibu Dini Fariza HP, terkait strategi pemasaran produk tabungan giro IB yang berkonsep mudharabah pada Bank Sumut Syariah menyatakan bahwa : “ Straregi pemasaran produk giro IB dengan akad Mudharabah yaitu dengan mencari referensi, Ada beberapa cara yang dilakukan oleh unit marketing salah satunya adalah dengan meminta referensi nasabah potensial yang dirasa membutuhkan produk dari Bank Sumut Syariah kcp HM. Yamin kepada keluarga atau teman terdekat, atau bahkan nasabah yang sudah akrab dengan sales marketing. Kemudian melakukan kerjasama pada perusahaan yang sebelumnya sudah bekerjasama dengan Bank Sumut Syariah. Mencari nasabah akan terasa sulit jika tidak ada informasi yang dimiliki oleh sales marketing. oleh sebab itu sales marketing di Kantor Cabang Syariah menggunakan data yang ada di Bank Sumut Syariah Medan untuk melihat perusahaan-perusahaan mana saja yang pernah bekerjasama dengan Bank Sumut Syariah kemudian setelah mendapat informasi maka sales marketing Bank Sumut Syariah menghubungi bagian sekretaris diperusahaan tersebut untuk meminta izin melakukan kunjungan dan penawaran ke perusahaan tersebut.”

Kemudian hasil wawancara dengan bagian Costumer Service yaitu ibu Rukmini terkait strategi pemasaran produk tabungan giro IB yang berkonsep mudharabah pada Bank Sumut Syariah menyatakan bahwa : “ Dalam Straregi pemasaran produk giro IB dengan akad Mudharabah yaitu Melakukan Presentasi di Perusahaan Unit Marketing yang terdiri dari Head Sales marketing dan sales marketing yang ada di Bank Sumut KCPSy HM. Yamin selalu bekerja sama, presentasi yang dilakukan guna memperkenalkan Bank Sumut KCPSy HM. Yamin dan produk produknya dilakukan di depan pejabat-pejabat perusahaan dengan membawa brosur. Kemudian Mempromosikan Produk Giro dari Pihak Costomer Service Customer service yaitu petugas yang melayani nasabah baik dari penanganan pembukaan rekening hingga mengatasi keluhan nasabah, selain itu Customer service di Bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin tidak hanya melayani nasabah juga, tetapi melakukan proses penawaran produk kepada nasabahnya di dalam kantor. Dengan cara melakukan cross selling, ketika ada nasabah datang ke bank dan ingin melakukan pembukaan rekening atau melakukan transaksi lainnya diakhir dengan memberikan informasi mengenai promo-promo terbaru yang ada di Bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin beserta menjelaskan produk-produk unggulan yang dibutuhkan nasabah.

Cross selling ini didukung dengan pengadaan brosur yang disediakan di meja customer service, dengan adanya brosur nasabah dapat menjadi lebih paham karena tidak hanya sekedar mendengar apa yang dijelaskan customer service namun merekam oleh mata apa yang ada di brosur, brosur tersebut juga dapat dibawa pulang oleh nasabah sehingga suatu ketika nasabah masih ragu bisa membawa brosur dan bisa dipelajari lagi di rumah oleh nasabah”.

Selain itu Kendala atau kekurangan yang dihadapi oleh pihak bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin dalam melakukan pemasaran yaitu:

- a) Masih Sedikitnya sumber daya manusia yang ada di Bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin dalam memasarkan Produk tabungan Giro iB.
- b) Persaingan antar bank yang semakin ketat dalam Pemasaran Produk Tabungan Giro iB.
- c) Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Produk Giro iB.

Solusi yang harus di tangani oleh pihak bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin dalam Melakukan Pemasaran Produk Giro iB ini ialah:

- a) Perlunya diadakan sosialisasi lebih mendalam lagi mengenai produk giro IB kepada masyarakat umum agar lebih mengetahui tentang produk ini serta program-programnya.
- b) Melakukan inovasi dan meningkatkan mutu produk-produk Bank Sumut Capem Syariah H.M Yamin Medan agar dapat bersaing dengan produk- produk sesama Bank Syariah dan juga Bank Konvensional. Memperbanyak jumlah tenaga kerja khususnya dibidang Marketing untuk mendorong peningkatan jumlah nasabah. Dan karyawan yang bertugas sebagai Marketing diharapkan lebih aktif dalam menawarkan dan memberikan penjelasan tentang produk giro IB agar masyarakat lebih mengenal dan mengerti tentang giro IB.

Namun kelebihan nya adalah Prioritas utama bank adalah memberikan layanan terbaik untuk nasabahnya. Oleh karena itu, bank memiliki bermacam-macam produk perbankan untuk memenuhi berbagai kebutuhan nasabahnya. Di antara seluruh layanan yang disediakan oleh bank, giro memiliki kelebihan tersendiri, antara lain:

1. Tidak memiliki batasan jumlah transaksi

Tanpa batasan jumlah penarikan dan transfer, nasabah dapat melakukan transaksi keuangan dengan nilai yang besar setiap harinya. Hal ini tentu menguntungkan bagi perusahaan yang sering melakukan transaksi dalam jumlah yang besar untuk berbagai keperluan, seperti menggaji karyawan. Untuk mempermudah segala transaksi yang dilakukan perusahaan, Anda dapat menggunakan sistem akuntansi dari HashMicro.



## 2. Bebas dari kredit

Giro tidak melibatkan kredit sehingga Anda tidak perlu mengevaluasi kelayakan kredit pembayar karena transaksi hanya dapat berlangsung apabila nasabah memiliki dana yang cukup.

## 3. Tidak melibatkan uang tunai saat transaksi

Jika Anda melakukan transaksi di ATM dan membawa uang tunai, maka Anda harus menghadapi risiko kejahatan, seperti skimming dan pencopetan. Giro adalah solusi yang tepat dari permasalahan tersebut karena transaksinya melibatkan cek atau bilyet giro yang hanya bisa diambil oleh nama yang tertunjuk.

## 4. Terdapat pilihan mata uang

Anda dapat bertransaksi menggunakan giro dalam berbagai mata uang. Jadi, Anda tidak perlu repot melakukan money exchange terlebih dahulu. Namun, mata uang yang tersedia di setiap bank berbeda sehingga Anda harus bertanya ke pihak bank sebelum transaksi.

## KESIMPULAN

Yang penulis lakukan pada Bank Sumut Capem Syariah H.M Yamin Medan terdapat beberapa strategi pemasaran yang dilakukan Strategi pemasaran sangat penting dalam sebuah perusahaan, dalam penelitian oleh unit *Marketing, Costumer Service*, dan seluruh karyawan Bank Sumut Capem Syariah H.M Yamin Medan.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak *Marketing* adalah mencari referensi, bekerjasama dengan perusahaan yang sebelumnya bekerjasama dengan Bank Sumut Syariah. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Costumer Service* adalah melakukan Cross Selling, dan seluruh karyawan Bank Sumut Syariah dengan cara merekomendasikan kepada seluruh keluarganya.

Hambatan yang dihadapi oleh Bank Sumut Capem Syariah H.M Yamin Medan yaitu daya saing antar bank mengakibatkan Bank Sumut Syariah Kcp HM. Yamin harus lebih efektif dan efisien dalam memasarkan produknya dan masih rendahnya minat masyarakat menggunakan produk Giro.

## DAFTAR PUSTAKA

Antonio Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori dan Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Muhammad. *Sistem dan Operasi Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2001.

Umam Khotibul. *Perbankan Syariah "Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembanganya di Indonesia"*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2011.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.

Swasta, Bashu.. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty, 1990.

Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2002.

Yusanto, Ismail. Dan Widjayakusuma, M.Karabet. *Menggagas Bisnis Islam* Jakarta: GIP, 2002.

<https://www.banksumut.co.id/>