

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN TERHADAP PRODUK SIMPANAN PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KANTOR CABANG PEMBANTU AYANI SINGARAJA

R. Agrosamdhyo

STAI Denpasar

ragrosamdhyo@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas Bauran Pemasaran produk simpanan pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja. Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan (merger) dari 3 Bank BUMN yaitu PT Bank BRISyariah Tbk, PT Bank BNI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri. Metode penelitian menggunakan analisis data kualitatif yang menjelaskan secara deskriptif mengenai Aktivitas Pemasaran Produk Simpanan PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja. PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja melakukan aktivitas pemasaran produk simpanan menggunakan strategi bauran pemasaran atau *Marketing Mix* yang terdiri dari konsep 7P yaitu : *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), dan *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik).

PENDAHULUAN

Persaingan perbankan dan situasi bisnis di pasar saat ini berubah dengan sangat cepat. Kondisi tersebut berhadapan pula dengan sistem pasar global dengan tingkat persaingan yang semakin tajam di pasar domestik maupun pasar Internasional.

PT. Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat dengan BSI adalah Bank (Perbankan) Syariah yang didirikan pada 01 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan (merger) dari 3 Bank BUMN yaitu PT Bank BRISyariah Tbk, PT Bank BNI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri.

Dengan merger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif, lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga bisa menjadi bagian dari motor pembangunan Indonesia.

Dalam rangka intensifikasi penghimpun dana masyarakat, perlunya pemanfaatan sarana-sarana penghimpun dana dalam bentuk simpanan yang terdiri dari: Giro, Deposito, dan Tabungan. Dalam mengatasi persaingan, maka aktivitas pemasaran sangat penting. Karena akan mempengaruhi tingkat pertumbuhan dana pada perusahaan.

METODE PENGUMPULAN DATA

Penelitian yang dilakukan dengan membaca tulisan-tulisan yang berkaitan dengan pembahasan yang dilakukan dan peninjauan langsung objek penelitian untuk meneliti hasil data primer.

METODE ANALISIS DATA

Dalam menganalisis data menggunakan analisis data kualitatif yang menjelaskan secara deskriptif mengenai Aktivitas Pemasaran Produk Simpanan PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Pemasaran

- a. *American Marketing Association* (AMA) dalam buku Kotler dan Keller tentang Manajemen Pemasaran, menawarkan definisi formal berikut : Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.
- b. **Philip Kotler** mengemukakan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.

2. Bauran Pemasaran atau Marketing Mix

Kotler menyebutkan konsep pemasaran produk terdiri dari 4P, yaitu :

- a. *Product* (Produk),
- b. *Price* (Harga),
- c. *Place* (Tempat),
- d. *Promotion* (Promosi).

Sedangkan Boom dan Bitner menambahkan 3P dalam konsep pemasaran bisnis jasa yaitu :

- a. *People* (Orang),
- b. *Process* (Proses),
- c. *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan penggunaan konsep pemasaran untuk produk dan jasa menjadi 7P.

3. Pengertian Simpanan

Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 pasal 1 butir (5), tentang perubahan atas Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 menyebutkan bahwa simpanan adalah dana yang dipercayakan masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, tabungan dan/atau bentuk lain yang dipersamakan dengan itu. Macam-Macam Produk Simpanan pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja :

- a. Tabungan
- b. Deposito
- c. Giro

Dengan Akad Tabungan Mudharabah serta Wadiah.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

1. Pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja

a. Product (Produk)

Produk merupakan salah satu hal utama yang harus ada dalam bauran pemasaran, adapun produk tabungan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Denpasar adalah:

1) Tabungan Easy Wadiah

Tabungan yang bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri, bebas biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri, Semua EDC Bank di Indonesia dan EDC berjaringan PRIMA, kemudahan transaksi dengan mobile banking & net banking, serta kartu ATM dapat digunakan di seluruh ATM BSI, Bank Mandiri, Bersama, Prima, Link serta berlogo VISA.

2) Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan ini gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM BSI & Bank Mandiri, bebas biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri, Semua EDC Bank di Indonesia dan EDC berjaringan PRIMA, kemudahan transaksi dengan mobile banking serta net banking, serta Kartu ATM dapat digunakan di seluruh ATM BSI, Bank Mandiri, Bersama, Prima, Link serta berlogo VISA

3) TabunganKu

Tabunganku merupakan produk simpanan yang dihadirkan secara serentak oleh bank-bank di Indonesia, tak terkecuali BSI

4) Tabungan Giro

Tabungan ini merupakan sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasar prinsip wadi'ah yah dhamanah.

5) Tabungan Pensiun

Tabungan pensiun adalah produk simpanan Bank Syariah Indonesia yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun dan telah bekerjasama dengan bank.

6) Tabungan Mabruur

Jenis tabungan Bank Syariah Indonesia yang terakhir adalah Tabungan Mabruur. Tabungan ini tersedia dalam mata uang rupiah yang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah.

b. Price (Harga)

Demikian penetapan harga oleh pihak bank berhubungan dengan :

- 1) Bagaimana nasabah menerima harga produk yang ditawarkan oleh bank. PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja. Memberikan setoran awal pembukaan rekening tabungan yang ringan kepada nasabah.
- 2) Tabungan Easy Wadiah di peruntukkan bagi Perorangan dan Non Perorangan (Badan hukum dan non badan hukum), untuk perorangan setoran awal minimum Rp. 100.000 dan non perorangan Rp. 1.000.000.

Adapun biaya-biaya untuk kedua jenis Tabungan ini adalah sebagai berikut:

1. Biaya penutupan rekening Rp. 20.000.
2. Biaya pergantian buku rekening karena hilang dan rusak Rp. 5.000.
3. Biaya Rekening Dormant atau pasif Rp. 5.000.
4. Saldo minimum Rp. 5.000.

c. Place (Tempat)

- 1) PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja, yang beralamat di Jalan Ahmad Yani Singaraja. Lokasi mudah dijangkau dan dekat dengan pusat keramaian di daerah Singaraja

d. Promotion (Promosi)

Promosi merupakan sarana yang paling tepat untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Adapun bentuk promosi yang telah dilakukan oleh Pihak PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja dalam usaha memperkenalkan produk kepada masyarakat adalah melalui periklanan, publisitas maupun promosi penjualan. Aktif melakukan literasi ke pengajian dan kegiatan masyarakat untuk mengenal produk keuangan di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja

e. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat atau nasabah, maka PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Selalu menjaga kebersihan serta menyediakan tempat atau ruang tunggu yang luas dan nyaman sehingga nasabah merasa nyaman.
2. Tata ruang kerja karyawan yang di atur dengan baik sehingga dapat meningkatkan semangat karyawan bekerja.
3. Melakukan penghimpunan dana langsung ke tempat nasabah yang dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran sebagai petugas lapangan. Dengan adanya petugas yang langsung melakukan penghimpunan dana ke lokasi nasabah tidak perlu lagi datang ke bank untuk melakukan penyetoran dan penarikan karena bisa dilakukan melalui petugas lapangan.
4. Aktif dalam pengajian dan kegiatan keagamaan di daerah Singaraja untuk meningkatkan pengetahuan umat tentang Bank Syariah
5. Melakukan penagihan langsung ke lokasi nasabah, sehingga memudahkan nasabah melakukan penyetoran pembayaran angsuran kredit.
6. Tersedia komputer yang dapat memudahkan dan mempercepat kegiatan operasional bank seperti menyimpan data-data masyarakat, angsuran kredit, dan mempermudah dalam pembuatan surat menyurat.
7. ATM yang selalu di cek kondisinya agar selalu berfungsi dengan baik saat digunakan oleh nasabah

f. People (Orang-orang)

Jumlah pegawai yang menjalankan operasional di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja berjumlah 7 (tujuh) orang dengan uraian sebagai berikut :

No	Jabatan	Jumlah
1	Sub Branch Manager	1
2	Operational Staff	1
3	Customer Service	1
4	Teller	2
5	Sales Funding	1
6	Sales Lending	1
	Jumlah	7

Sumber : Operational Staf PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja, 2021

g. Process (Proses)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal kerja, mekanisme, aktivitas produk dan jasa bank yang disampaikan kepada nasabah, prosedur pelaksanaan, mekanisme kerja. Alur pelayanan nasabah dan hal-hal lain yang bersifat rutin.

PENUTUP

1. Kesimpulan

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja melakukan aktivitas pemasaran produk simpanan menggunakan strategi bauran pemasaran atau *Marketing Mix* yang terdiri dari konsep 7P yaitu : *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), dan *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik).

2. Saran

Hendaknya kegiatan promosi berupa kegiatan sosialisasi, undian, dan pameran serta literasi kepada masyarakat dapat terus dilakukan dengan baik mengingat dengan berubahnya nama Bank PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja membuat masyarakat masih belum mengenal dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/upgc3>
- Dendawijaya, Lukman. (2001). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Diulio. (1993). *Uang dan Bank*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayati, R. R., & Marlius, D. (2018). Aktivitas Promosi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Batang Kapas Pesisir Selatan. <https://doi.org/10.31227/osf.io/8dgqn>
- Kasmir. (2008). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler dan Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. (1994). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Latumaerissa, Julius R. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, J, William, (1995), *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta, BFE UGM