JURNAL ILMU PENDIDIKAN DAN EKONOMI

Halaman Jurnal: <https://journal.staidenpasar.ac.id/index.php/wb>
Halaman Utama Jurnal : <https://journal.staidenpasar.ac.id/index.php>

BAURAN PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT NASABAH MENGUNAKAN PRODUK TABUNGAN PADA PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA

R. Agrosamdhyo, SE, MM

STAI Denpasar
ragrosamdhyo@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas Bauran Pemasaran produk tabungan pada PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA. Tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui implementasi bauran pemasaran terhadap produk tabungan di PT. BPRS Fajar Sejahtera. Metode penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan deskriptif. Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: strategi marketing mix dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan di PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA dengan menggunakan indikator-indikator 7P yaitu : a) produk, b) harga, c) tempat, d) promosi, e) orang, f) bukti fisik, g) proses.

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. Marketing mendukung aktivitas perekonomian nasional suatu Negara. Bagi suatu perusahaan, marketing memegang peranan yang sangat cukup penting untuk mengukur kesuksesan financial perusahaan. Philip Kotler dan Amstrong juga memberikan pengertian bahwa marketing bisa diartikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Dalam rangka intensifikasi penghimpun dana masyarakat, perlunya pemanfaatan sarana-sarana penghimpun dana dalam bentuk tabungan yang terdiri dari: 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 Tabungan PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA

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 Tabungan

Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 pasal 1 butir (5), tentang perubahan atas Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 menyebutkan bahwa tabungan 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 Tabungan pada PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA :

- a. Tabungan
- b. Deposito

Dengan Akad Tabungan Mudharabah serta Wadiah.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

1. Pembauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA

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 TABUNGAN PELAJAR (Simpel)**
Tabungan ini dikhususkan untuk para pelajar (TK, SD, SMP, SMA & Perguruan Tinggi) yang ingin merencanakan masa depannya untuk kebutuhan Pendidikan lanjut atau kebutuhan lainnya.
- 2) **TABUNGAN KadoKu (Tabungan Berhadiah di awal)**
Tabungan ini dikhususkan untuk anda yang ingin memiliki barang idaman tanpa harus keluar biaya atau membeli barang tersebut, Bank akan membelikan barang di awal, anda cukup hanya menabung sesuai simulasi yang di sampaikan oleh petugas Bank.
- 3) **TABUNGAN Berkah (Berkesempatan Hadiah)**
Tabungan ini dikhususkan untuk anda yang ingin merencanakan kebutuhan tertentu, dengan menabung rutin, anda sudah di ikutkan dalam undian berhadiah yang setiap Bulannya akan di undi dan setiap tahunnya terdapat hadiah utama (grandprize).
- 4) **TABUNGAN RENCANA**
Tabungan ini di khususkan untuk anda yang ingin merencanakan kebutuhan tertentu seperti menabung rencana emas, pendidikan, hari raya, umroh/haji, Qurban, hari tua, dll nya. Dapat perlindungan khusus dari Asuransi Tabungan ini untuk perlindungan ekstra dan hasil yang lebih optimal.
- 5) **TABUNGAN Fajar Mudharabah iB (TRANSAKSIONAL)**
Tabungan ini di khususkan untuk melayani transaksi harian anda, dengan akad mudharabah anda tetap mendapatkan manfaat bagi hasil yang diterima setiap bulannya dan terdapat bantuan/sponsor menarik yang dapat diberikan kepada anda.

b. Price (Harga)

Demikian penetapan harga oleh pihak bank berhubungan dengan :

- 1) Bagaimana nasabah menerima harga produk yang ditawarkan oleh bank. PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA. Memberikan setoran awal pembukaan rekening tabungan yang ringan kepada nasabah.
- 2) Tabungan di peruntukan bagi Perorangan dan Non Perorangan (Badan hukum dan non badan hukum), untuk perorangan setoran awal minimum Rp. 100.000 dan setoran selanjutnya adalah Rp. 10.000

Adapun biaya-biaya untuk Tabungan ini adalah sebagai berikut:

1. Saldo akhir penarikan minimum Rp. 25.000
2. Bebas biaya bulanan untuk beberapa jenis tabungan

c. Place (Tempat)

PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA, yang beralamat di Jalan di Jalan Sunset Road blok 8 no.4, lokasi tersebut merupakan lokasi tetap BPRS Fajar Sejahtera dan sangat strategis serta mudah dijangkau oleh nasabah karena berada di tengah kota dan berpatokan dengan kantor XL, RS Siloam, dan Carrefour. Dengan patokan tersebut memudahkan nasabah untuk mencari kantor BPRS Fajar Sejahtera.

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. BPRS FAJAR SEJAHTERA dalam usaha memperkenalkan produk kepada masyarakat adalah melalui periklanan, publisitas maupun promosi penjualan. Aktif melakukan literasi ke pengajian dan kegiatan msyarakat untuk mengenal produk keuangan di PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA

e. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat atau nasabah, maka PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA 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.

f. People (Orang-orang)

Jumlah pegawai yang menjalankan operasional di PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA berjumlah 7 (tujuh) orang dengan uraian sebagai berikut :

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.

2. Pembauran Pemasaran Dapat Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan di PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA

Produk tabungan yang diluncurkan oleh PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA mendapatkan antusias yang cukup dari nasabah. Inovasi produk mampu menarik minat nasabah karena nasabah bisa menabung dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Hal ini sesuai dengan data yang penulis terima mengenai jumlah nasabah tabungan fajar iB (mudharabah).

Tabel Data Jumlah Nasabah Produk Tabungan Fajar iB

No	Tahun	Jumlah
1	2018	87
2	2019	160
3	2020	186
	Jumlah	433

Sumber: PT. BPRS Fajar Sejahtera, 2021

PENUTUP

1. Kesimpulan

PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA melakukan aktivitas bauran pemasaran produk tabungan 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). Berdasarkan penelitian terjadi peningkatan jumlah nasabah produk tabungan dari tahu 2018 hingga 2020. Ini membuktikan bahwa aktivitas bauran pemasaran berpengaruh baik dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan pada produk tabungan di PT. BPRS FAJAR SEJAHTERA.

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. BPRS FAJAR SEJAHTERA 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 Pamasaran*. 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