

BAB III

STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN iB TUNAS HASANAH PADA PT. BANK BNI SYARIAH

A. Latar Belakang dan Sejarah Berdirinya PT. Bank BNI Syariah Surabaya Cabang Dharmawangsa.

1. Sejarah berdirinya PT. Bank BNI Syariah

Sejak awal didirikan pada tanggal 5 Juli 1946, sebagai Bank Pertama yang secara resmi dimiliki Negara RI, BNI merupakan pelopor terciptanya berbagai produk dan layanan jasa perbankan. BNI terus memperluas perannya, tidak hanya terbatas sebagai bank pembangunan, tetapi juga ikut melayani kebutuhan transaksi perbankan masyarakat umum dengan berbagai segmentasinya, mulai dari Bank Terapung, Bank Sarinah (bank khusus perempuan) sampai dengan Bank Bocah khusus anak-anak. Seiring dengan pertambahan usianya yang memasuki 67 tahun, BNI tetap kokoh berdiri dan siap bersaing di industri perbankan yang semakin kompetitif. Dengan semangat “Tak Henti Berkarya” BNI akan terus berinovasi dan berkreasi, tidak hanya terbatas pada penciptaan produk dan layanan perbankan, bahkan lebih dari itu BNI juga bertekad untuk menciptakan “*value*” pada setiap karyanya.

Berdiri sejak 1946, BNI yang dahulu dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan Bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Sejalan dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian dari identitas perusahaan, nama Bank Negara Indonesia 1946 resmi digunakan mulai akhir tahun 1968. Perubahan ini menjadikan Bank

Negara Indonesia lebih dikenal sebagai “BNI 46” dan ditetapkan bersamaan dengan perubahan identitas perusahaan tahun 1988.¹ Dari tahun ke tahun BNI selalu menunjukkan kekuatannya dalam industri perbankan dan kepercayaan masyarakat pun terbangun dalam memilih Bank Negara Indonesia sebagai pilihan tempat penyimpanan segala alat kekayaan yang terpercaya.

Permintaan akan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah pun mulai bermunculan yang pada akhirnya BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep dual system banking, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus. Hal ini sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah, diawali dengan pembentukan Tim Bank Syariah di Tahun 1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan ijin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI. Setelah itu BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang, syariah sebagai berikut :

1. Tepatnya pada tanggal 29 April 2000 BNI Syariah membuka 5 kantor cabang syariah sekaligus di kota-kota potensial, yakni : Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin.
2. Tahun 2001 BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang syariah yang difokuskan ke kota-kota besar di Indonesia, yakni : Jakarta (2 cabang), Bandung, Makassar, dan Padang.

¹ <http://www.bni.co.id/id-id/tentangkami/sejarah.aspx> (diakses pada 07 Maret 2014)

3. Seiring dengan perkembangan bisnis dan banyaknya permintaan masyarakat untuk layanan perbankan syariah, tahun 2002 lalu BNI Syariah membuka dua kantor cabang syariah baru di Medan dan Palembang.
4. Di awal tahun 2003, dengan pertimbangan *load* bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, BNI Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah dari Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat kota Jepara, BNI Syariah membuka Kantor Cabang Pembantu Syariah Jepara.
5. Pada bulan Agustus dan September 2004, BNI Syariah membuka layanan BNI Syariah Prima di Jakarta dan Surabaya. Layanan ini diperuntukkan untuk individu yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang nyaman.²

Dari awal beroperasi hingga kini, BNI Syariah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Disamping itu komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

2. Visi dan Misi PT. Bank BNI Syariah

a. Visi

Menjadi Bank Syariah yang unggul dalam layanan dan kinerja dengan menjalankan bisnis sesuai kaidah sehingga insya Allah membawa berkah.

² <http://www.bnisyariah.tripod.com/profil.html> (diakses pada 07 Maret 2014)

b. Misi

Secara istiqomah melaksanakan amanah untuk memaksimalkan kinerja dan layanan perbankan dan jasa keuangan syariah sehingga dapat menjadi bank syariah kebanggaan anak negeri.

Untuk mewujudkan visi diatas, tentunya ada beberapa poin yang harus dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah. Beberapa poin itu tercantum dalam misi PT. Bank BNI Syariah. *Pertama*, memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli kepada pelestarian lingkungan. *Kedua*, memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah. *Ketiga*, memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor. *Keempat*, menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah. *Kelima*, menjasi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

3. Struktur Organisasi PT. Bank BNI Syariah Surabaya Cabang Dharmawangsa

Dalam mendirikan sebuah Perbankan Syariah ini maka dibentuklah sebuah tim khusus yang menangani pendirian sebuah bank. Tim tersebut beranggotakan sebagai berikut:³

Pemimpin Cabang	: Aprilina Pitra Ardiati
Pemimpin Bidang Operasional	: Lies Harini
Pemimpin Bidang Bisnis	: Anton Wibisono
Penyelia Pelayanan Nasabah	: Anis Maulidah
Penyelia Sales Marketing	: Fita Fadliya

³ Lies Harini, *Wawancara*, Surabaya, 1 Mei 2014.

Penyelia Pemasaran	: Ahmad Zaenal Arifin
Penyelia Processing	: Novi Wijaya
Penyelia Operasional	: Lies Harini
Penyelia Keuangan dan Umum	: Hernowo Widiatmiko

4. Produk Tabungan Pada PT. Bank BNI Syariah

a. Jenis Jenis Tabungan PT. Bank BNI Syariah

Jenis Tabungan yang dikelola oleh PT. Bank BNI syariah, antara lain :⁴

1) Akad Mudharabah

- Tabungan iB Hasanah
- Tabungan iB Prima Hasanah
- Tabungan iB Bisnis Hasanah
- Tabungan iB THI Hasanah
- Tabungan iB Tapenas Hasanah
- Tabungan iB THI Hasanah
- Tabungan iB Hasanah Classic

2) Akad Wadiah

- Tabungan iB Hasanah
- TabunganKu iB
- Tabungan iB Tunas Hasanah

Prinsip Wadiah

⁴ BPP PT. Bank BNI Syariah, Produk Tabungan PT. Bank BNI Syariah.

- Akad titipan pihak yang mempunyai barang dengan pihak yang diberi kepercayaan untuk menjaga keselamatan, keamanan serta keutuhan barang.
- Berdasarkan jenisnya :
 - Wadi>'ah yad} ama>nah (tangan amanah).
 - Wadi>'ah yad d}ama>nah (tangan penanggung menggunakan harta dan menjamin kembali secara utuh).
- Aplikasi dalam perbankan : Giro dan Tabungan

3) Akad Mud}a>rabah/ Wadi>'ah untuk Tabungan Berdasarkan Kerjasama

- Tabungan iB Hasanah (mahasiswa)
- Tabungan iB Hasanah (Pegawai/Anggota)

Prinsip Mud}a>rabah

- Akad antara pemilik dana dan pengelola dana untuk memperoleh keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati pada awal akad.
- Berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada mud}arib.
- Mud}a>rabah mutla>qah (Investasi Tidak Terikat/Unrestricted Investment).
- Mud}a>rabah Muqayya>dah (Investasi Terikat/Restricted Investment).
- Aplikasi dalam perbankan : Deposito, Tabungan

b. Sarana Transaksi

Sarana transaksi adalah dokumen, peralatan dan fasilitas yang diciptakan dan disediakan untuk kemudahan dan keamanan pelaksanaan transaksi tabungan, yang terdiri dari:⁵

1) Kartu ATM

- Kartu ATM adalah bagian dari fasilitas yang diberikan kepada nasabah pemilik rekening tabungan.
- Produk tabungan BNI Syariah yang dapat diberikan fasilitas kartu ATM mengikuti masing-masing Ringkasan Produk Tabungan.
- Jenis kartu ATM yang menjadi fasilitas jenis produk Tabungan BNI Syariah sesuai dengan ketentuan jenis kartu yang ditentukan pada masing-masing Ringkasan Produk Tabungan.
- Fitur kartu ATM mengacu pada petunjuk pelaksanaan (Juklak) BNI Syariah Card

2) Buku Tabungan

- Selain kartu ATM, buku Tabungan juga merupakan fasilitas yang diberikan kepada nasabah pemilik rekening tabungan BNI Syariah.
- Jenis buku tabungan yang menjadi fasilitas jenis produk Tabungan BNI Syariah sesuai dengan ketentuan pada masing-masing Ringkasan Produk Tabungan.
- Buku tabungan merupakan sarana yang diberikan kepada nasabah untuk melakukan transaksi di kantor cabang sekaligus sebagai bukti

⁵ Ibid.

kepemilikan rekening tabungan dan sarana untuk mengetahui mutasi transaksi rekening.

- 3) PIN untuk melakukan transaksi di ATM atau *swipe* di PINPAD menggunakan kartu ATM.
 - 4) PINPAD.
 - 5) E-Banking.
- c. Tujuan Produk Tabungan PT Bank BNI Syariah
- 1) Memberikan layanan kepada masyarakat untuk mengelola dana tabungan, simpanan investasi dan transaksi keuangannya secara syariah, fleksibel dan dapat dijangkau oleh jaringan kantor dan *delivery channel* yang luas.
 - 2) Memfasilitasi dan menjangkau setiap segmen nasabah secara tepat, baik yang memiliki potensi pengendapan kecil, menengah, maupun besar untuk memiliki rekening bank.
 - 3) Meningkatkan *market share* dan memperluas *customer base* bank.
 - 4) Mengoptimalkan potensi volume dana pihak ketiga yang bersifat murah dalam rangka mendorong pertumbuhan aset, laba dan perluasan bisnis.⁶

B. Aplikasi dan Karakteristik Tabungan iB Tunas Hasanah

Tabungan iB Tunas Hasanah adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah berdasarkan akad wadiah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

⁶ Ibid.

1. Detail Produk Tabungan iB Tunas Hasanah
 - a. Jenis Kartu : Tunas Card
 - b. Jenis Valuta : Rupiah
 - c. Akad yang digunakan : Wadiah
 - d. Desain kartu menggunakan bentuk/desain yang unik khas anak-anak, desain kartu terdiri atas dua pilihan desain yaitu :
 - Tunas Card Astronaut
 - Tunas Card Bintang
2. Keuntungan Dari Tabungan iB Tunas Hasanah
 - a. Pada buku tabungan dan kartu tercetak nama anak sendiri, sehingga memberikan rasa bangga dan memiliki atas tabungannya. Dengan harapan akan memberikan motivasi kepada anak untuk terus menabung.
 - b. Memberikan kesempatan kepada anak untuk belajar melakukan transaksi sendiri di ATM, belanja, teller serta melalui SMS Banking.
 - c. Walaupun kartu ATM/Debit dipegang anak, namun orang tua tetap dapat mengawasi transaksi anak karena ada notifikasi SMS yang akan dikirimkan ke ponsel orangtua dengan pilihan transaksi debit/kredit senilai \geq Rp.20.000, \geq Rp.100.000, \geq Rp.250.000, \geq Rp.500.000,.
 - d. Orang tua dapat mengetahui saldo dan mutasi transaksi melalui Internet Banking dan Phone Banking.
 - e. Bebas biaya pengelolaan rekening.
 - f. Promo-promo merchant yang akan terus ditambah.

- g. Pada saat anak berumur 17 tahun, maka tabungannya akan dikonversi menjadi Tabungan iB Hasanah sehingga nasabah dapat menikmati fitur dan layanan Tabungan iB Hasanah dengan syarat dan ketentuan produk sesuai ketentuan yang berlaku di BNI Syariah.⁷
3. Fasilitas Tabungan iB Tunas Hasanah
- a. Buku Tabungan
 - b. Kartu ATM/Debit yang disebut Tunas Card
 - c. Dapat menerima dana secara otomatis (otokredit) dari rekening Tabungan iB Hasanah/iB Bisnis Hasanah/Giro iB Hasanah Perorangan IDR milik orang tua/wali dengan menggunakan *standing order*.⁸
4. Persyaratan Pembukaan Rekening Tabungan iB Tunas Hasanah
- Anak memiliki kartu pelajar/paspor:
- a. Mengisi Formulir Aplikasi Data Nasabah (CIF) Perorangan dan Formulir Pembukaan Rekening yang ditandatangani oleh anak
 - b. Melampirkan Kartu Pelajar atau paspor atau *copy* akte kelahiran
 - c. Melampirkan Kartu Keluarga (bila tidak tinggal serumah dengan orang tua/wali)
 - d. Membubuhkan tanda tangan anak pada buku tabungan
 - e. Melakukan setoran awal minimal Rp. 100.000,
 - f. Setoran selanjutnya Rp. 10.000,
- Anak yang belum memiliki kartu pelajar/paspor:

⁷ Khoirunnisa Afif, Operational & Service Head, *Wawancara*, 07 April 2014

⁸ Khoirunnisa Afif, Operational & Service Head, *Wawancara*, 07 April 2014

- a. Mengisi Formulir Aplikasi Data Nasabah (CIF) Perorangan dan Formulir Pembukaan Rekening yang ditandatangani oleh orang tua/wali
- b. Melampirkan *copy* akte kelahiran
- c. Melampirkan *copy* Kartu Keluarga untuk anak yang tidak tinggal serumah dengan orang tua/wali.
- d. Membubuhkan contoh tanda tangan orang tua/wali pada buku tabungan.
- e. Melakukan setoran awal minimal Rp. 100.000,
- f. Setoran selanjutnya Rp. 10.000,
- g. Orang tua yang sudah memiliki rekening tabungan di BNI Syariah:
 - 1) Mengisi Formulir Persetujuan Pembukaan Rekening dan Pelaksanaan Transaksi tanpa beamaterai yang ditandatangani oleh orang tua/wali.
 - 2) Melampirkan *copy* identitas diri (KTP/Paspor) orang tua/wali
 - 3) Mengisi Formulir KYC (PMN)
- h. Orang tua yang belum memiliki rekening tabungan di BNI Syariah:
 - 1) Mengisi Formulir Aplikasi Data Nasabah (CIF) Perorangan dan Formulir Pembukaan Rekening (khusus untuk orang tua/wali yang belum memiliki rekening tabungan di BNI Syariah) dengan ditandatangani oleh orang tua/wali dan bagi yang belum berkeinginan untuk membuka rekening di BNI Syariah maka orang

tua/wali cukup mengisi Formulir Aplikasi Data Nasabah (CIF) dengan ditandatangani oleh orang tua/wali.

- 2) Mengisi Formulir Persetujuan Pembukaan Rekening dan Pelaksanaan Transaksi yang ditandatangani oleh orang tua/wali. Formulir ini merupakan satu kesatuan dengan Formulir Pembukaan Rekening Anak
- 3) Melampirkan copy identitas diri (KTP/Paspor) orang tua/wali
- 4) Mengisi Formulir KYC (PMN)

Peran orang tua dalam kaitannya dengan produk ini sangat penting sekali, karena tabungan ini adalah tabungan anak yang masih dikategorikan dibawah umur untuk mekukan akad secara syariah, maka dari itu pihak kami memberikan syarat dalam pembukaan rekening tabungan ada tanda tangan dari orang tua sebagai pihak yang berakad dengan bank tetapi nama tabungannya diatasnamakan nama dari anak tersebut. Orang tua juga dapat mengawasi anak secara penuh karena setiap anak melakukan transaksi akan otomatis notifikasinya terkirim melalui SMS ke ponsel orang tuanya.⁹

5. Setoran, Saldo Minimum dan Biaya Tabungan iB Tunas Hasanah

Tabel 1.1
Setoran, Saldo Minimum dan Biaya Tabungan iB Tunas Hasanah

Setoran awal pembukaan rekening	Rp. 100.000,-
Saldo Minimum	Rp. 50.000,-
Minimum setoran selanjutnya	Rp. 10.000,-
Bonus	Tidak Ada

⁹ Khoirunnisa Afif, Operational & Service Head, *Wawancara*, 07 April 2014

<i>Biaya:</i>	
Pengelolaan rekening	Rp. 0,- (bebas)
Tutup rekening atas permintaan nasabah	Rp. 25.000,-
Tutup rekening karena nasabah (anak) meninggal dunia	Rp. 0,- (bebas)
Konversi ke Tabungan iB Hasanah	Rp. 0,- (bebas)
Pembuatan kartu ATM pertama kali	Rp. 0,- (bebas)
Penggantian kartu ATM yang hilang/rusak atau atas permintaan nasabah	Rp. 10.000,-
Administrasi ATM	Rp. 0,- (bebas)
Penarikan tunai dan pemindahbukuan melalui ATM Bersama dan LINK	Sesuai tarif yang berlaku
Penarikan tunai di Teller	Rp. 0,- (bebas)
Pemindahbukuan ke rekening lain di BNI/BNI Syariah melalui Teller	Rp. 0,- (bebas)
Penggantian buku tabungan karena halaman mutasi penuh	Rp. 0,- (bebas)
Penggantian buku tabungan karena hilang	Rp. 1.500,-
Penggantian buku tabungan karena rusak	Rp. 1.500,-
Penggantian buku tabungan karena ganti tanda tangan	Rp. 1.500,-
Biaya di bawah saldo minimum	Rp. 0,-

6. Limit Kartu dan e-Banking Tabungan iB Tunas Hasanah (Per Hari)

Tabel 1.2
Limit Kartu dan e-Banking Tabungan iB Tunas Hasanah (Per Hari)

TRANSAKSI	LIMIT
Limit tarik tunai di BNI ATM	Rp. 500.000,-
Limit tarik tunai di ATM Bersama	Sesuai dengan limit BNI Syariah Card Silver ^{*)}
Limit tarik tunai di ATM Link	Sesuai dengan limit BNI Syariah Card Silver ^{*)}
Limit pemindahbukuan antar rekening BNI/BNI Syariah di BNI ATM	Rp. 500.000,-
Limit transfer antar bank di ATM Bersama dan Link	Sesuai dengan limit BNI Syariah Card Silver ^{*)}
Limit Belanja	Rp. 500.000,- atau 5x transaksi, mana yang lebih dulu tercapai
Limit transaksi pembelian di ATM	Sesuai dengan limit BNI Syariah Card Silver ^{*)}
Limit transaksi pembayaran di ATM	Sesuai dengan limit BNI Syariah

	Card Silver ^{*)}
SMS Banking	Sesuai dengan limit yang berlaku di e-channel SMS Banking ^{*)}
Internet Banking	Inquiry dan mutasi transaksi
Phone Banking	Inquiry dan mutasi transaksi

C. Strategi Pemasaran Tabungan iB Tunas Hasanah

1. Segmentasi Pasar Tabungan iB Tunas Hasanah

PT. Bank BNI Syariah menyadari bahwa sulit untuk dapat melayani semua nasabah. Karena mereka pasti berbeda dalam hal keinginan, sumber daya, lokasi, sikap pembelian, dan praktik pembelian, karena setiap nasabah memiliki kebutuhan yang tidak sama, untuk itu bank BNI Syariah harus memilih dan menentukan bagian mana yang akan dimasuki dan diutamakan.

Ada empat variabel utama yang dapat digunakan dalam segmentasi pasar, yaitu:¹⁰

a. Variabel Geografis

Dalam segi geografis ini, segmen tabungan iB Tunas Hasanah ini diterbitkan khusus untuk anak-anak yang sekolah di sekolah-sekolah favorit, tabungan ini sudah dibekali teknologi yang canggih sehingga dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi tarik atau setor tunai pada semua outlet Bank BNI yang tersebar di semua penjuru kota.

b. Variabel Demografi

¹⁰ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Ed 13*, (Jakarta: Erlangga. 2009), 234.

Bank BNI Syariah membagi kelompok berdasarkan pada variabel seperti umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, daur kehidupan keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, dan kebangsaan. Faktor-faktor demografi merupakan dasar yang paling populer untuk urusan segmen pelanggan. Salah satu alasan adalah kebutuhan, keinginan dan tingkat penggunaan nasabah seringkali dekat dengan variabel demografi. Alasan ini adalah variabel demografi lebih mudah diukur daripada variabel yang lain. Adapun variabel-variabel demografi adalah sebagai berikut:

1) Umur dan Tahap Daur Hidup

PT. Bank BNI Syariah menerbitkan tabungan iB Tunas hasanah ini diperuntukkan bagi anak yang masih duduk di tingkat sekolah Playgroup sampai memiliki usia 17 tahun, karena mereka dianggap sebagai pasar potensial pada saat ini, karena tabungan ini menjadi penyaring nasabah usia dini yang bisa menjadi nasabah jangka lama pada bank BNI Syariah.¹¹

2) Jenis Kelamin

PT. Bank BNI Syariah tidak membatasi/mensyaratkan jenis kelamin tertentu yang bisa membuka rekening tabungan iB Tunas Hasanah, pria dan wanita dilayani dengan sama.

¹¹ Muhammad Wahyudi, Sub Branch Manager, *Wawancara* .07 April 2014.

3) Pendapatan

PT. Bank BNI Syariah membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda. Karena tabungan ini diperuntukkan khusus untuk anak-anak yang masih belum memiliki pendapatan sendiri, maka pendapatan orang tua yang menjadi acuannya. Contohnya pada formulir yang ada pada pendaftaran calon nasabah. Pada formulir disebutkan ada beberapa macam jenis pendapatan yang berbeda.

c. Variabel Psikografis

Segmentasi psikografi membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan pada karakteristik:

1) Kelas Sosial

PT. Bank BNI Syariah merancang tabungan iB Tunas Hasanah ini untuk anak-anak yang bersekolah di sekolah-sekolah favorit/sekolah elit yang ada di perkotaan.

2) Gaya Hidup

Gaya hidup masyarakat perkotaan yang serba instan di manfaatkan oleh PT. Bank BNI Syariah menerbitkan tabungan iB Tunas Hasanah agar para orang tua yang disibukkan oleh pekerjaan masih bisa mengontrol keuangan buah hatinya dan mengajarkan menabung sejak usia dini.

3) Kepribadian

PT. Bank BNI Syariah juga menggunakan variabel kepribadian untuk segmen pasar tabungan anak yang berkaitan dengan kepribadian konsumen.

d. Variabel Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku mengelompokkan pembeli berdasarkan pada:

1) Kesempatan

Nasabah dapat dikelompokkan menurut kesempatan ketika mereka mendapat ide untuk menggunakan produk, atau benar-benar menggunakan produk tabungan iB Tunas Hasanah.

2) Manfaat Yang Dicari

Membagi pasar menjadi kelompok menurut beraneka manfaat yang dicari konsumen pada produk tabungan iB Tunas Hasanah.

3) Tingkat Pemakaian

Tabungan iB Tunas Hasanah disegmentasikan pada kelompok menengah, dan berat. Karna tabungan ini untuk mereka yang bersekolah di sekolah-sekolah favorit/ memiliki kemampuan ekonomi yang menengah keatas.

2. Penentuan Target Pasar (*targeting*) Tabungan iB Tunas Hasanah

Target pasar (*targeting*) adalah segmen yang dijadikan sebagai sasaran pemasaran produk. Adapun langkah-langkah yang dapat

dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan penentuan target pasar adalah.¹²

a. Mengevaluasi Segmen Pasar

Segmen-segmen yang ada perlu dievaluasi dalam hal:

1) Ukuran dan Pertumbuhan Segmen

PT. Bank BNI Syariah harus mengumpulkan dan menganalisis data mengenai tingkat permintaan pasar, tingkat pertumbuhannya, dan kemampu-labaan setiap segmen. perlu mengumpulkan data mengenai tingkat permintaan pasar, tingkat pertumbuhan pasar serta tingkat keuntungan yang diharapkan dari setiap segmen. Dalam hal ini pihak bank BNI Syariah melakukan analisis pasar dengan cara melakukan presentasi/sosialisasi ke sekolah-sekolah yang menjadi target pasar untuk mengetahui besarnya minat dan permintaan pasar, baru setelah itu pihak bank BNI Syariah mengenalkan produk pada calon nasabah setelah mengetahui seberapa besar pangsa pasar dan minat para calon nasabah terhadap produk tabungan iB Tunas Hasanah PT. Bank BNI Syariah.¹³

2) Daya Tarik Segmen

Setelah mengetahui ukuran dan pertumbuhan setiap segmen, PT. Bank BNI Syariah perlu mempertimbangkan faktor-

¹² Fandi Tjiptono. *Strategi Pemasaran..* (Yogyakarta:Andi.2002), 68.

¹³ Muhammad Wahyudi, Sub Branch Manager, *Wawancara* .07 April 2014.

faktor yang mempengaruhi daya tarik jangka panjang setiap segmen. Sebuah segmen menarik atau tidak tergantung pada apakah segmen tersebut memungkinkan perusahaan memperoleh posisi yang nyaman sesuai dengan sasaran perusahaan. Selain ukuran besar, kriteria yang sering dijadikan untuk mengukur daya tarik pasar adalah tingkat pertumbuhan, tingkat margin, keuntungan, intensitas persaingan, persyaratan teknologi, resiko inflasi, persyaratan energi, dampak lingkungan dan faktor sosial, politik dan legal. Setiap perusahaan memiliki kriteria dan cara mengukur yang berbeda. Pihak bank BNI Syariah menyadari bahwa segmen anak-anak adalah pangsa pasar yang menjanjikan sebab, anak-anak adalah calon nasabah jangka panjang yang akan menjadi nasabah setia sejak usia dini hingga beranjak dewasa, oleh sebab itu, ketika anak-anak sudah mencapai usia 17 tahun dan memiliki KTP, tabungan iB Tunas Hasanah akan otomatis dikonversi menjadi tabungan iB Hasanah.¹⁴

3) Sasaran dan Sumber Daya Perusahaan

Dalam hal ini, PT. Bank BNI Syariah harus memeriksa terlebih dahulu hal apa yang ingin dicapai oleh perusahaan dan apakah sumber daya perusahaan mencukupi mencapai target yang dituju. Target yang ingin dicapai oleh PT. Bank BNI Syariah untuk tabungan iB Tunas Hasanah adalah memberikan kontribusi

¹⁴ Muhammad Wahyudi, Sub Branch Manager, *Wawancara* .07 April 2014.

peningkatan jumlah nasabah sebesar 5% sampai 10% dari total nasabah tabungan yang diperoleh di setiap bulannya.¹⁵

3. Penentuan Posisi Produk Perusahaan (*Positioning*) Tabungan iB Tunas Hasanah

Positioning berdasarkan atribut, ciri-ciri atau manfaat bagi pelanggan, pemilihan atribut yang akan dijadikan basis *positioning* harus dilandaskan pada 6 kriteria yaitu:¹⁶

- a. Derajat kepentingan, artinya atribut produk tersebut begitu bernilai di mata sebagian pelanggan.
- b. Keunikan, artinya atribut tersebut tidak ditawarkan perusahaan lain, Bisa pula atribut tersebut dikemas secara lebih jelas oleh perusahaan dibandingkan pesaingnya.
- c. Superioritas, artinya atribut tersebut lebih unggul daripada cara-cara yang lain untuk memperoleh manfaat yang sama.
- d. Dapat dikomunikasikan, produk tersebut dapat dikomunikasikan dengan jelas dan sederhana, sehingga pelanggan dapat memahaminya.
- e. *Preemptive*, artinya produk itu tidak mudah ditiru oleh pesaing.
- f. Terjangkau, artinya pelanggan sasaran akan mampu dan bersedia membayar keunikan tersebut.
- g. Kemampulabaan, artinya perusahaan bisa memperoleh tambahan laba dengan menonjolkan perbedaan tersebut.

¹⁵ Khoirunnisa Afif, Operational & Service Head, *Wawancara*, 08 April 2014

¹⁶ Fandi Tjiptono. *Strategi Pemasaran Ed III*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), 110.

PT. Bank BNI Syariah menerbitkan produk tabungan iB Tunas Hasanah ini dengan desain yang berkonsep pada masa anak-anak yang penuh dengan keceriaan sehingga anak-anak sangat menyukai tampilan dari tabungan tersebut, produk ini juga sudah dibekali fitur yang modern dan tanpa biaya administrasi bulanan, tujuannya adalah ingin menanamkan pada benak nasabah bahwa produk tabungan anak ini memiliki segala fasilitas penunjang transaksi bagi nasabahnya, khususnya pada nasabah anak seperti, fasilitas mengisi pulsa, membayar spp sekolah dll. Sehingga memberikan pelajaran sejak dini pada anak akan pentingnya menabung.¹⁷

4. Pengaruh Strategi Pemasaran Tabungan iB Tunas Hasanah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

Tabel 1.3
Jumlah Nasabah Tabungan di PT. Bank BNI Syariah Surabaya Cabang Dharmawangsa¹⁸

TAHUN	JUMLAH NASABAH TABUNGAN KESELURUHAN
2011	5.658
2012	9.543
2013	9.788
2014	15.820

Seperti dijelaskan diatas, pada tahun 2011, tahun pertama dibukanya PT. Bank BNI Syariah Surabaya Cabang Dharmawangsa jumlah nasabah masih tercatat sebanyak 5.658. Menginjak tahun

¹⁷ Muhammad Wahyudi, Sub Branch Manager, *Wawancara* .07 April 2014.

¹⁸ Fita Fadliya, Penyelia Sales Marketing, *Wawancara*, 08 April 2014

berikutnya, tahun 2012, tahun diluncurkannya tabungan iB Tunas Hasanah mengalami peningkatan sekitar kurang lebih 4 ribuan rekening dan mengalami lonjakan yang cukup signifikan di tahun 2014 perbulan Juni sebesar 15.820 rekening tabungan. Setiap bulannya rata-rata 50 nasabah membuka rekening tabungan.

Tabungan iB Tunas Hasanah tentu memiliki peranan penting dalam peningkatan jumlah nasabah tabungan karena semakin lama tabungan ini semakin banyak` diminati oleh para konsumen, dan kami berharap tabungan ini terus memberikan kontribusi peningkatan nasabah sebanyak 5 sampai 10 % ditiap bulannya.¹⁹

¹⁹ Fita Fadliya, Penyelia Sales Marketing, *Waw'ancara*, 08 April 2014