

BAB III

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN “FAEDAH” PT. BRISYARIAH KCI GUBENG SURABAYA

A. Gambaran Umum PT. BRIS KCI Gubeng Surabaya

a. Sejarah PT. BRIS KCI Gubeng Surabaya

Berawal dari akuisisi Bank Jasa Arta oleh Bank Rakyat Indonesia pada tanggal 19 Desember 2007 dan kemudian diikuti dengan perolehan izin dari Bank Indonesia untuk mengubah kegiatan usaha Bank Jasa Arta dari bank umum konvensional menjadi bank umum yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah pada tanggal 16 Oktober 2008, maka lahir bank syariah yang diberi nama PT Bank Syariah BRI (yang kemudian disebut dengan nama BRISyariah) pada tanggal 17 November 2008.¹

Nama BRISyariah dipilih untuk menggambarkan secara langsung hubungan bank dengan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, selanjutnya disebut Bank Rakyat Indonesia dan disingkat dengan BRI, yang merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia. BRISyariah merupakan anak perusahaan dari BRI yang akan melayani kebutuhan

¹Tim Praktek Kerja Lapangan, *Laporan Kerja Lapangan di Bank BRISyariah KCI Gubeng Surabaya* (Surabaya: *Laporan Kerja Lapangan pada Bank BRISyariah KCI Gubeng Surabaya*, 2010), 1.

perbankan masyarakat Indonesia dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah.²

Pada tanggal 19 Desember 2008, akta pemisahan unit usaha syariah telah ditandatangani. Penandatanganan akta pemisahan telah dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama Bank Rakyat Indonesia dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRISyariah), sebagaimana akta pemisahan No. 27 tanggal 19 Desember 2008 dibuat di hadapan Notaris Fathiah Helmi, S.H. di Jakarta. Peleburan unit usaha syariah Bank Rakyat Indonesia kedalam BRISyariah ini berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Setelah peleburan, total aset BRISyariah mencapai Rp 1.466.664.279.742.

Sebagai bagian dari keluarga besar BRI, BRISyariah mendapat dukungan penuh dari BRI sebagai pemegang saham sebagaimana tercermin dari penambahan modal disetor yang dilakukan sebanyak dua kali di tahun 2008, sehingga saat ini BRISyariah menjadi salah satu bank syariah dengan struktur permodalan yang kuat.³

Tiga tahun lebih PT Bank BRISyariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Bank BRISyariah melayani nasabah dengan pelayanan prima

² *Ibid.*

³ *Ibid.*, 2.

dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.⁴

Bank BRISyariah didukung oleh 55 cabang, 543 karyawan dan pemegang saham yang solid. BRISyariah siap memberikan warna lain bagi masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat menengah bawah yang menjadi sasaran utama.⁵

b. Visi dan Misi Bank BRISyariah KCI Gubeng Surabaya

a. Visi Bank BRISyariah KCI Gubeng Surabaya

Visi Bank BRISyariah KCI Gubeng Surabaya adalah menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.⁶

b. Misi Bank BRISyariah KCI Gubeng Surabaya

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, bank BRISyariah memiliki beberapa misi, diantaranya

- 1) memahami keragaman individu,
- 2) mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah,
- 3) menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip syariah,

⁴Bank BRISyariah, *Mengenal Lebih Jauh Bank BRISyariah* (Surabaya: PT. Bank BRISyariah, 2010), 4.

⁵Tim Praktek Kerja Lapangan, *Laporan Kerja Lapangan di Bank BRISyariah KCI Gubeng Surabaya*, 2.

⁶Bank BRISyariah, *Mengenal Lebih Jauh Bank BRISyariah*, 5.

- 4) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun,
- 5) memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan
- 6) menghadirkan ketentraman pikiran.

Berdasarkan perhitungan asset, saat ini PT Bank BRISyariah berhasil menduduki peringkat ketiga dalam kategori bank syariah. Angka ini dilandasi oleh pesatnya pertumbuhan dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah dan mikro, PT Bank BRISyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.⁷

Sesuai dengan visinya, saat ini PT Bank BRISyariah merintis sinergi dengan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah (KLS) dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip syariah.⁸

2. Struktur Organisasi Bank BRISyariah KCI Gubeng Surabaya

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antar tiap bagian secara posisi yang ada pada perusahaan dalam menjalin kegiatan

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

operasional untuk mencapai tujuan.⁹ Struktur organisasi diperlukan oleh setiap lembaga dalam menjelaskan deskripsi kerjanya (*job dscription*). Begitupun dengan bank BRISyariah KCI Gubeng Surabaya. Dalam pembiayaan modal kerja, terdapat beberapa bagian dan divisi karyawan yang menangani pembiayaan modal, dan terangkum dalam struktur organisasi bank BRISyariah Gubeng Surabaya. Bagian atau divisi karyawan tersebut yaitu:¹⁰

- a. Pemimpin Cabang, merupakan struktur tertinggi di kantor cabang yang bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional perbankan di level kantor cabang dan membawahi keseluruhan manager, baik bisnis maupun operasional.
- b. *Financing* Reviewer, merupakan bagian yang melakukan *review* pembiayaan, mencermati setiap pengajuan pembiayaan yang melebihi kewenangan limit cabang untuk memutuskan, untuk diajukan ke komite kantor pusat.
- c. *Consumer Marketing Manager*, merupakan bagian yang bertanggungjawab atas program-program *marketing* sekaligus memasarkan produk-produk consumer. Juga bertanggung jawab terhadap SDM yang menjadi sub ordinatnya baik dari sisi bisnis maupun administrasi.

⁹Wikipedia, "Struktur Organisasi", dalam http://id.wikipedia.org/wiki/Struktur_organisasi (20 Januari 2013).

¹⁰Tim Praktek Kerja Lapangan, *Laporan Kerja Lapangan di Bank BRISyariah KCI Gubeng Surabaya*, 14.

- d. *Collection Manager*, merupakan bagian yang bertanggung jawab menjaga kolektifitas pembiayaan dan kesehatan pembiayaan, serta memenej pembiayaan-pembiayaan bermasalah atau terindikasi memiliki potensi akan bermasalah.
- e. *Financing Support Supervisor*, merupakan bagian yang bertanggungjawab melakukan supervisi terhadap proses pembiayaan baik dari aspek penilaian jaminan, aspek yuridis atau legal, pengadministrasian dan pelaporan.
- f. *AFO (Area Financing Officer)*, merupakan bagian yang melakukan *review* pembiayaan, mencermati setiap pengajuan pembiayaan untuk diajukan ke komite kantor pusat.
- g. *Account Officer*, merupakan bagian yang melakukan proses marketing untuk segmen SME dan comersial khususnya giro, deposito dan pembiayaan.
- h. Petugas *Sundries (Loan Operation)*, merupakan bagian yang melayani transaksi operasional terkait dengan pembiayaan dan pemindahbukuan antara lain transaksi pencarian pembiayaan, pembayaran angsuran atau bagi hasil debitur dan pelunasan pembiayaan serta transaksi *back office* lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent* (Implementasi Fungsi *Service Provider*).

B. Penerapan Strategi Pemasaran Tabungan “FAEDAH” pada Bank BRISyariah KCI Gubeng

a. Aspek Penting Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. BRIS

1. Segmentasi Pasar (*Segmentation*)

Bank BRISyariah menyadari bahwa tidaklah mudah untuk dapat melayani seluruh konsumen. Mereka dapat berbeda dalam keinginan, sumber daya, lokasi, sikap pembelian, dan praktik pembelian. Karena setiap nasabah memiliki keinginan dan kebutuhan masing-masing, setiap nasabah secara potensial merupakan pasar terpisah. Untuk itu Bank BRISyariah memilih dan menetapkan bagian mana yang akan dimasuki dan diutamakan.

Ada empat variabel utama yang dapat digunakan dalam segmentasi pasar, yaitu¹¹

a) Variabel Geografis

Dalam segi Geografis ini Bank BRISyariah lebih condong ke masyarakat perkotaan dan yang melek teknologi. Bank BRISyariah memutuskan untuk beroperasi dalam satu atau beberapa wilayah geografis atau beroperasi di semua wilayah, tetapi lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan yang dijumpai.

¹¹ Kotler P, Gary A. *Dasar-dasar Pemasaran*.(Jakarta:Alih Bahasa,1997),235

b) Variabel Demografis

Bank BRISyariah membagi pasar menjadi 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 membuat segmen pelanggan. Salah satu alasan adalah kebutuhan nasabah keinginan, dan tingkat penggunaan seringkali amat 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

Bank BRISyariah ingin menjadi tabungan yang mempunyai cita rasa memudahkan transaksi. Dalam hal ini nasabah usia kerja antara 21-45 thn . mereka dianggap menjadi populasi terbesar di Indonesia. Selain itu mereka yang dinamis, muda enerjik dan melek tekhnologi.

2) Jenis kelamin

Setelah pihak dari Bank BRISyariah melakukan riset, ternyata sebanyak 65 % dari gender wanita yang menggunakan tabungan “FAEDAH”. Kebanyakan dari mereka mengatakan karena ada beberapa fasilitas layanan gratis yang ada pada produk tabungan “FAEDAH” ini.

3) Pendapatan

Bank BRISyariah membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda. 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

Menunjukkan bahwa kelas sosial mempunyai pengaruh kuat pada pemilihan dalam produk layanan perbankan. Banyak perusahaan merancang produk atau jasa untuk kelas sosial tertentu.

2) Gaya hidup

Minat nasabah dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut.

3) Kepribadian

Bank BRISyariah juga mempergunakan variabel kepribadian untuk mensegmentasi pasar, memberikan kepribadian produk mereka 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.

2) Manfaat yang dicari

Membagi pasar menjadi kelompok menurut beraneka manfaat yang dicari konsumen dari produk.

3) Tingkat pemakaian

Tabungan “FAEDAH” dapat juga disegmentasikan menjadi kelompok pengguna ringan, menengah, dan berat. Jumlah pengguna berat seringkali hanya presentase kecil dari seluruh Bank BRIS, tetapi menghasilkan presentase yang tinggi dari seluruh penggunaan.

2. Penentuan target pasar (*targeting*)

Bank BRISyariah tidak mungkin dapat melayani semua konsumen dalam satu pasar, tidak dapat menjual kepada semua konsumen. Untuk mengetahui dimana tempat yang sesuai dengan kemampuan Bank BRISyariah, maka Bank BRISyariah harus mengadakan evaluasi terlebih dahulu.

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

Mengevaluasi segmen pasar

Segmen-segmen yang ada perlu dievaluasi dalam hal:

1) Ukuran dan pertumbuhan segmen

Bank BRISyariah harus mengumpulkan dan menganalisis data mengenai tingkat penjualan saat ini, 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. Artinya Bank BRISyariah belum bisa langsung menentukan segmen mana yang akan dimasuki. Segmen yang permintaannya besar dan pertumbuhannya tinggi belum tentu bisa

dimasuki Bank BRISyariah. Jadi, perusahaan perlu melihat daya tarik setiap segmen, kemudian memeriksa sumber daya yang dimilikinya sendiri.

2) Daya tarik segmen

Setelah mengetahui ukuran dan pertumbuhan setiap segmen, Bank BRISyariah perlu mempertimbangkan faktor-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. Untuk membuat keputusan yang optimal, Bank BRISyariah perlu melakukan analisis portofolio bisnis suatu grup perusahaan untuk setiap segmen yang dibentuknya dalam tahap segmentasi. Dengan demikian, perusahaan dapat mengenali daya tarik setiap segmen.

3) Sasaran dan sumber daya perusahaan

Dalam hal ini, Bank BRISyariah harus memeriksa terlebih dahulu hal apa yang ingin dicapai oleh perusahaan dan apakah sumber daya perusahaan mencukupi.¹²

3. Penentuan posisi produk perusahaan (*positioning*)

Bank BRISyariah tidak hanya ingin menjadi tabungan complementer ataupun sekunder , tetapi Bank BRISyariah ingin menjadi tabungan primer (inisiatif nasabah sendiri). Maka dari itu *positioning* Bank BRISyariah yakni “*The Better and Different One*” beda dan lebih baik. Sejauh ini tidak ada bank yang menggratiskan semua fasilitasnya, yang menjadi pembeda dari bank-bank lain yakni berada pada positioningnya oleh sebab itu dimata nasabah positioning Bank BRISyariah ini kuat dibanding dengan bank lain.

C. Aplikasi tabungan “FAEDAH” berdasarkan pola strategi pemasaran bagi nasabah PT. BRISyariah KCI Gubeng Surabaya

Bank BRISyariah Kantor Cabang Induk Gubeng Surabaya memiliki suatu program yang dinamakan program tabungan “FAEDAH” (Fasilitas Serba Mudah), yang hadir dengan memberikan tawaran yang sangat memudahkan dengan saldo awal hanya Rp50.000,- sudah bisa

¹² Kotler P, Gary A. *Dasar-dasar Pemasaran*.(Jakarta:Alih Bahasa,1997),249

membuka tabungan, bebas dari biaya administrasi bulanan, gratis biaya bulanan kartu ATM, gratis biaya tarik tunai dan cek saldo di ATM BRI, ATM Bersama dan ATM Prima

1. Mekanisme kerja tabungan faedah bagi nasabah

- a. Untuk membuka tabungan di Bank BRISyariah, cukup mudah ;

Tahap awal silakan menuju kantor bank BRI Syariah, jangan lupa siapkan syarat-syarat yang diperlukan, yaitu:

- Uang senilai Rp50.000 untuk saldo awal pembukaan rekening. Ini sudah termasuk biaya pembuatan kartu ATM.
- Tanda pengenal (KTP/SIM/KTM/Kartu Pelajar)

- b. Fasilitas Yang Diberikan Oleh Bank BRISyariah

1. FAEDAH (Fasilitas Serba Mudah)*, merupakan fasilitas-fasilitas

menarik yang diberikan kepada Nasabah Tabungan BRISyariah iB berupa:

- RINGAN setoran awal minimal Rp 50.000
- GRATIS biaya administrasi bulanan Tabungan
- GRATIS biaya bulanan kartu ATM
- GRATIS biaya tarik tunai di ATM BRI, jaringan ATM Bersama & ATM Prima
- GRATIS biaya cek saldo di ATM BRI, jaringan ATM Bersama & ATM Prima

- GRATIS biaya transfer di ATM BRI, jaringan ATM Bersama & ATM Prima
 - GRATIS biaya debit PRIMA
2. Dengan Kartu ATM Bank BRISyariah, Anda mudah melakukan beragam transaksi perbankan di ATM Bank BRISyariah serta di puluhan ribu jaringan ATM BRI, ATM Bersama maupun ATM Prima di seluruh Indonesia berbagai layanan perbankan yang dapat dilakukan melalui mesin ATM BRISyariah :
- Informasi saldo
 - Penarikan tunai
 - Ganti PIN
 - Transfer ke rekening di BRISyariah maupun bank lainnya
 - Pembayaran tagihan : Telkom PSTN, Telkomvision, internet Speedy, telco pascabayar (Flexi, Kartu HALO, XL, AXIS, esia, smartfren), PLN (pascabayar, non tagihan listrik)
 - Pembayaran pembelian : telco prabayar (Telkomsel SIMPATI, Kartu AS, XL, Axis, esia, Smartfren), PLN prabayar/token
 - Pembayaran zakat, infaq, shadaqah, wakaf dan qurban
3. Kartu ATM BRI Syariah juga berfungsi sebagai kartu debit untuk membayar belanja Anda tanpa perlu menggunakan uang tunai di seluruh *merchant* berlogo Debit Prima
4. Dapat diberikan bonus sesuai kebijakan Bank

5. Dapat dilakukan pemotongan zakat secara otomatis dari bonus yang diterima

c. Kelebihan Menabung di BRI Syariah

Banyak sekali keuntungan yang bisa Anda dapatkan dengan menabung di BRI Syariah, diantaranya:

1. Gratis biaya administrasi bulanan.

Saldo tabungan Anda tidak akan berkurang tiap bulannya untuk membayar biaya administrasi tabungan dan biaya administrasi kartu ATM

2. Gratis biaya transaksi tarik tunai dan cek saldo di seluruh mesin ATM jaringan ATM Bersama dan Prima.

Anda tidak perlu ragu untuk mengecek saldo atau menarik uang tunai di mesin-mesin ATM Bersama (seperti: BRI, BNI, Mandiri, BTN, BII, dan sebagainya). Pokoknya jika pada pintu mesin ATM terdapat logo “ATM Bersama”, gunakan saja kartu ATM Anda. Juga tidak perlu ragu untuk bertransaksi di mesin ATM Prima, seperti: BCA.

3. Gratis biaya Debit Prima.

Jika Anda berbelanja di swalayan yang menyediakan perangkat Debit Prima, gunakan saja kartu ATM BRI Syariah Anda. Gratis!

4. Saldo tabungan minimal rendah.

Ya, saldo minimal tabungan BRI Syariah hanya Rp25.000. Jika saldo Anda Rp75.000, Anda bisa tarik tunai Rp50.000 melalui mesin ATM.

Tapi jangan sampai membiarkan saldo Anda di bawah Rp25.000, karena Anda akan dikenai “sanksi” administrasi bulanan lho.

5. Gratis biaya transfer, dan dapat mentransfer dan menerima transfer dari semua institusi perbankan di Indonesia melalui mesin ATM. Selama institusi perbankan tergabung dalam jaringan ATM Bersama atau Prima, BRISyariah dapat berkoneksi dengan bank tersebut. ini kelebihan yang sangat memudahkan bagi nasabah PT. BRIS. Anda dapat mentransfer uang ke bank lain, gratis, termasuk ke bank BCA melalui mesin ATM. Selain itu, pemilik rekening di bank lainpun dapat mentransfer uang ke PT. BRIS melalu mesin ATM, tidak terkecuali juga pemilik rekening BCA.