

BAB IV

**STRATEGI BERSAING UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH**

A. Perkembangan jumlah nasabah

Persaingan antar 2 lembaga keuangan syariah ini cukup ketat, dari data-data jumlah nasabah yang sudah penulis peroleh sudah bisa diketahui perbankan manakah yang terus berkembang pesat jumlah nasabahnya, BNI Syariah yang mulai beroperasi tahun 2011 ini memang melangkah dari awal dan di awal tahun jumlah nasabahnya sangat minim tapi dengan berjalannya tahun jumlah perkembangan BNI Syariah mulai meningkat bahkan bisa dikatakan meningkat lebih pesat sampai sekarang ini, jumlah nasabah BNI Syariah meningkat sangat pesat itu tidak pernah lepas dari strategi – strategi, inovasi baru serta produk – produk yang dilakukan BNI Syariah serta kinerja para karyawan BNI Syariah yang di anggap bagus oleh masyarakat. Sedangkan BRI Syariah yang mulai beroperasi pada tahun 2012 ini awal untuk mendapatkan nasabah memang lebih banyak d banding BNI Syariah namun berkembangnya jumlah nasabah di BRI Syariah tidak sebanyak BNI Syariah, dan karna BRI Syariah beroperasinya masih bisa dikatakan belum lama dari BNI Syariah, maka perkembangan jumlah nasabahnya pun ikut berpengaruh, jumlah nasabah di BRI Syariah masih belum bisa menyaingi jumlah nasabah di BNI Syariah. Dari pernyataan tersebut penulis bisa menyimpulkan bahwa persaingan antara 2 lembaga keuangan syariah ini bersaing ketat, dan

menurut penulis BNI Syariah lah yang saat ini berada di garda depan perbankan syariah.

B. Tingkat persaingan menurut beberapa pendapat nasabah

Pada era zaman sekarang bank syariah sangat banyak ditemui dan persaingan bank syariah ini cukup ketat, dan banyak pendapat – pendapat dari nasabah tentang persaingan bank syariah. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di PT Bank BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya maka penulis akan meminta pendapat dari nasabah BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya tentang persaingan bank syariah.

Berikut pendapat dari beberapa nasabah tentang persaingan dan keunggulan bank syariah:

Menurut saudari Novianti nasabah BNI Syariah berpendapat bahwa:

“saya menjadi nasabah BNI Syariah kurang lebih selama 2 tahun, yang pertama bank BNI Syariah merupakan perbankan yang mempunyai brand dan cita yang baik daripada perbankan lain, tidak ada masalah dari perbankan lain dan yang saya tau tidak ada complain juga dari para nasabah, yang saya dapatkan dari pelayanan BNI Syariah selama ini baik sekali dan tempat BNI Syariah nya sendiri sangat strategis, hal itulah yang mendorong saya untuk menaruh dana saya di BNI Syariah / menjadi nasabah BNI Syariah”¹

¹ Wawancara dengan saudari Novianti selaku nasabah BNI Syariah pada Rabu 14 Mei 2014.

Menurut saudari Eka nasabah BNI Syariah berpendapat bahwa :

“saya menjadi nasabah di BNI Syariah kurang lebih selama 1 tahun, persaingan di perbankan syariah memang sangat ketat, seperti BCA, BRI dan BNI Syariah, saya mengetahui hal tersebut akan tetapi saya lebih memilih BNI Syariah untuk Lembaga keuangan syariah yang saya minati sebab, BNI Syariah itu lembaga perbankan yang tidak pernah bangkrut karena milik Negara. BNI Syariah itu murah dan layanan yang diberikan kepada nasabahnya juga menyenangkan. Perbedaannya dengan perbankan syariah lain menurut saya yaitu BNI Syariah dilihat dari lambangnya itu bisa membuat orang menjadi tertarik karena desain yang menarik untuk dipandang serta layanan ramah dan baik itu bisa saya dapatkan dari BNI Syariah”²

Menurut saudari Chusnul selaku nasabah BNI Syariah berpendapat bahwa:

“saya menjadi nasabah di BNI Syariah masi hitungan bulan, belum lama lah, tapi saya sudah merasakan enak nya dari kinerja BNI Syariah, yang pertama karena syariahnya trus ada produk tabungan yang benar-benar murah pada saldo awalnya dan kalau mau ambil uang di ATM itu tidak pernah ada potongannya sama sekali, produk ini yang sangat cocok dengan keberadaan keuangan saya yang masih menjadi mahasiswa dan di BNI Syariah tidak ribet dalam pelayanan, yang saya suka dari pelayanannya. Dari beberapa bank syariah yang pernah saya datangi menurut saya hanya bank BNI Syariah lah yang cocok dalam pelayanannya, hal inilah yang membuat saya untu menjadi nasabah di BNI Syariah”³

Menurut saudari Karina selaku Nasabah BNI Syariah berpendapat bahwa :

“saya menjadi nasabah BNI Syariah itu awalnya karna saya melakukan PPL dan Penelitian disana, saya tau tentang beberapa produk yang ada di BNI Syariah maka dari itu saya membuka rekening yang produknya cocok dengan saya, di BNI Syariah itu enak selain dari pelayanannya yang bagus dari SDM nya juga bagus program keagamaan sama bisnisnya hasanah, manajemennya bank BNI Syariah itu berbeda dengan bank lain, BNI Syariah ini benar – benar mengutamakan karyawannya untuk religius dan mendorong karyawan untuk terus berprestasi”⁴

² Wawancara dengan Saudari eka selaku nasabah BNI Syariah pada Rabu 14 Mei 2014.

³ Wawancara dengan saudari Chusnul selaku nasabah BNI Syariah pada Rabu 14 Mei 2014.

⁴ Wawancara dengan saudari Karina selaku nasabah BNI Syariah pada Rabu 14 Mei 2014.

Menurut saudari Ainun Jariyah selaku nasabah bank BNI Syariah berpendapat bahwa :

“saya menjadi nasabah BNI Syariah kurang lebih 1tahun, saya menjadi nasabah disini karena mendapatkan bagi hasil yang kompetitif, mendapatkan BNI Card yang dapat digunakan sebagai kartu debit dan bisa digunakan di Merchant berlogo, BNI Syariah punya fasilitas dan layanan yang menunjang yang memudahkan nasabah menggunakan produk BNI Syariah untuk bisnis ataupun untuk keperluan pribadi, KPR rumah di BNI Syariah enak, bisa mengangsur selama 15tahun dengan angsuran yang konsisten, kalau perbedaannya sama bank lain KPR angsuran awalnya sedikit tapi lama-lama di naikkan”⁵

Dari beberapa pendapat nasabah tersebut bisa penulis simpulkan bahwa BNI Syariah ini merupakan perbankan syariah yang paling bisa memenuhi kebutuhan pangsa pasarnya (nasabahnya), dan memudahkan bagi semua nasabahnya untuk melakukan semua transaksi ataupun bisnis. Banyak sekali produk – produk BNI Syariah yang menguntungkan untuk nasabahnya. Strategi – strategi yang telah diciptakan BNI Syariah itu membuat nasabahnya semakin nyaman, selain dari system pelayanan yang diberikan untuk nasabah dan bagi hasil yang kompetitif BNI Syaiah tak hanya memberikan kenyamanan dan keuntungan untuk para nasabah tetapi juga diperuntukkan kepada karyawan, BNI Syariah juga mendorong para karyawan untuk terus berprestasi dan menjadi karyawan yang religius, tidak hanya namanya saja yang Syariah tapi BNI Syariah juga memposisikan karyawannya untuk menjadi syar’I atau religius.

⁵ Wawancara dengan saudari Ainun Jariyah selaku nasabah BNI Syariah pada Rabu 14 Mei 2014.

C. Analisis Strategi keunggulan bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah

Strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah di terapkan.

Strategi bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah yaitu sangat berhubungan erat dengan pemasaran, bahkan bisa jadi pemasaran adalah strategi yang paling utama dalam meningkatkan jumlah nasabah.

1. Bentuk strategi keunggulan bersaing BNI Syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Bentuk strategi keunggulan yang dilakukan bank BNI Syariah yaitu menuju pada pemasaran, pemasaran yang dilakukan BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya adalah dengan cara Promosi, membuat spanduk dan baliho, pemasangan iklan, personal selling, open table di instansi, universitas, rumah sakit, puskesmas, lembaga masyarakat dan mendatangi calon nasabah langsung dengan menawarkan produk dengan membagikan brosur yang ada di BNI Syariah dan memberi penjelasan mengenai BNI Syariah dan mentenen nasabah untuk menjadi nasabah yang loyal dengan menjadikan nasabah sebagai perantara BNI Syariah untuk mempromosikan produk kepada keluarga / rekan kerja. Serta menjelaskan perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah supaya calon nasabah yakin kalau BNI Syariah adalah bank yang benar – benar Syariah sehingga tidak ada ganjalan pada calon nasabah untuk

meletakkan dananya pada bank BNI Syariah. Adanya system onlen di setiap BNI Syariah yang memudahkan transaksi nasabahnya. Selain itu juga alat yang paling unggul untuk merekrut nasabah BNI Syariah lebih mengutamakan promosi dengan silaturahmi, dengan system kekeluargaan diharapkan akan timbul suatu kepercayaan dari pihak BNI Syariah maupun nasabah⁶. Kalau bulan Ramadhan bank BNI Syariah juga melakukan promosi dengan cara membuat spanduk untuk diletakkan di depan masjid-masjid dengan tulisan “ selamat menunaikan ibadah puasa” dan membagikan mukenah yang bertuliskan “BNI Syariah” di masjid-masjid serta memberikan takjil didepan kantor BNI Syarih untuk orang yang lagi berada di jalan. Pelayanan yang terbaik dan amanah yang dilakukan di BNI Syarah sesuai dengan visi BNI Syariah yaitu “Memberikan yang Terbaik sesuai kaidah”. Dengan promosi-promosi tersebut nasabah bisa lebih mengenal bahwa BNI syariah itu ada dan exis, sehingga timbul kepercayaan untuk menempatkan dananya di BNI Syariah. Untuk mempetahankan pangsa pasar yang sudah ada BNI Syariah melakukan pemasangan iklan di berbagai media, dan melakukan presentasi di berbagai institusi / perusahaan dan memberikan sponsor kepada institusi yang sudah bekerjasama agar BNI Syariah lebih dikenal⁷. Dengan adanya produk Flexi iB Hasanah ini juga mempermudah para karyawan, perusahaan atau instansi – instansi lain untuk mengajukan

⁶ Wawancara dengan Rosanti Nila Purnamasari selaku karyawan pemasaran di BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya pada Rabu 07 Mei 2014

⁷ Wawancara dengan Vita Fadlya selaku karyawan pemasaran di BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya pada Rabu 07 Mei 2014

kredit tanpa ada jaminan, tentu saja dengan persyaratan dan batasan jumlah yang ditentukan. Promosi ini masuk pada teori seperti yang ada di bab 2 yaitu kombinasi antara biaya rendah dan diferensiasi yang diarahkan pada sasaran tertentu yaitu instansi pendidikan.

2. Analisis Promosi dan Dampaknya terhadap Jumlah Nasabah

Analisis strategi pemasaran dan pengaruhnya terhadap jumlah nasabah yang dilakukan PT Bank BNI Syariah mempengaruhi jumlah nasabah. Dengan kegiatan promosi – promosi yang telah penulis sebutkan di atas PT Bank BNI Syariah memerlukan dana yang tidak sedikit untuk membiayai kegiatan promosi tersebut. Meskipun dana yang di alokasikan untuk promosi ini dari tahun – ketahun tidak selalu meningkat tetapi strategi – strategi yang dilakukan terus berkembang, namun hal ini dilakukan guna menunjukkan keberadaan BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya kepada masyarakat luas bahwa BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya tersebut adalah salah satu bank syariah yang berkompeten dan patut diperhitungkan oleh masyarakat luas.

Jumlah dana yang tersedia merupakan faktor penting yang mempengaruhi promosi. Perusahaan yang memiliki dana lebih besar, kegiatan promosinya akan lebih efektif dibandingkan dengan perusahaan yang hanya mempunyai sumber dana lebih terbatas. Pada umumnya personal selling merupakan kegiatan yang memerlukan dana paling besar dalam menggunakannya dibandingkan dengan yang lain. Oleh karena itu, bagi perusahaan yang kurang kuat kondisi keuangannya akan lebih baik

mengadakan periklanan majalah atau surat kabar daripada personal selling.

Promosi dan strategi ini harus dilakukan secara benar guna tercapainya tujuan yang telah direncanakan. Jika promosi yang dilakukan tidak tepat maka hal itu hanya mengeluarkan beban biaya yang besar tapi tidak mendapatkan hasil yang optimal. Untuk itu maka penerapannya harus benar – benar direncanakan. Dilakukan dan dikelola sedemikian rupa guna mencapai sasaran yang diharapkan.

Seperti yang dikatakan Husein Umar, yang menyatakan bahwa Strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai⁸

3. Dari segi Pelayanan

Strategi pelayanan yang dilakukan BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya yaitu harus sopan dan senyum setiap kali melayani nasabah, mendekatkan diri terhadap nasabah (*intimacy*), kalau sudah kenal nasabahnya bank tetap berkomunikasi terhadap nasabahnya tetap menjaga silaturahmi, membuat senyaman mungkin agar nasabah dapat merasa puas, nyaman dan tidak rugi karna telah menaruh dananya di BNI Syariah. Semua nasabah nasabah suka kalau diperlakukan seperti itu oleh karyawan BNI Syariah. Sistem pelayanan yang lebih diutamakan agar nasabah tidak berpaling pada lembaga lain. BNI Syariah juga

⁸ Husein Umar, *Strategik Manajemen In Action...*,31.

menyediakan kendaraan operasional melalui Layanan Gerak (BLG), yakni layanan bagi nasabah menggunakan mobil gerak. Mobil layanan gerak ini dimaksudkan untuk melayani kebutuhan nasabahnya, di dalam BLG tersebut terdapat mesin ATM untuk para nasabah yang mau tarik tunai, sehingga BLG ini dapat memudahkan nasabah untuk bertransaksi ataupun pembukaan rekening baru, akan tetapi BLG ini hanya digunakan ketika ada event – event tertentu saja⁹. Strategi – strategi tersebut sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah. Seperti yang dikatakan oleh David Hunger yang mengemukakan bahwa manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasikan keputusan lintas fungsi yang memungkinkan perusahaan mencapai tujuannya. Manajemen Strategi adalah serangkaian keputusan dan tingkatan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan untuk jangka panjang.

Berdasarkan uraian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa analisis strategi keunggulan bersaing dari segi pelayanan yang ditinjau dari strategi keunggulan yang ada di BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya sudah mencapai target yang strategis karena karyawan melakukan kewajibannya dengan seefisien mungkin dan sudah terbukti dengan bertambahnya jumlah nasabah setiap bulannya, dengan adanya bukti tersebut (peningkatan jumlah nasabah) bisa dikatakan kalau semua strategi-strategi keunggulan bersaing dan kinerja para karyawannya

⁹ Wawancara dengan Dyah Ayu Mustikaningrum selaku karyawan unit pelayanan di BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya, pada Rabu 14 Mei 2014.

membuat menarik minat nasabah. Strategi keunggulan dari segi pelayanan yang dilakukan para karyawan BNI Syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah ini sangat menentukan kinerja perusahaan BNI Syariah dalam waktu jangka panjangnya.