

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya**

PT. Bank Sumut dahulu dikenal sebagai Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) didirikan pada tanggal 4 November 1961 dengan Akta Notaris Rusli Nomor 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13 Tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk badan usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Sesuai dengan Peraturan Daerah Tingkat I Sumatera Utara No.5 Tahun 1965, dengan modal dasar sebesar Rp. 100.000.000,- dan saham dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat I Sumatera Utara dan Pemerintah Daerah Tingkat II Sumatera Utara. PT. Bank Sumut merupakan Bank Non Devisa yang berkantor pusat dan kantor cabang utama di Jalan Imam Bonjol No. 18 Medan.

Sampai pada akhir tahun 2010 telah memiliki 1 unit Kantor Pusat, 1 unit Cabang Utama Medan, 23 unit Kantor Cabang Konvensional, 3 unit Kantor Cabang Syariah. Memiliki 68 unit Kantor Cabang Pembantu Konvensional, 3 unit Kantor Cabang Pembantu Syariah, 4 unit Kantor Kas, 29 *Payment Point*, 19 unit Kas Mobil, 97 unit ATM, dan 1 unit sentra UMK di cabang Medan. Gagasan dan

wacana untuk mendirikan Unit atau Divisi usaha syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama di kalangan *stakeholder* PT. Bank Sumut, khususnya direksi dan komisaris, yaitu sejak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi Bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah.

Pendiri Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga dalam bank itu haram. Tentunya, fatwa ini mendorong keinginan masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa – jasa perbankan berdasarkan prinsip – prinsip syariah.

Dari hasil survei yang dilakukan delapan kota di Sumatera Utara, menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pelayanan Bank Syariah cukup tinggi yaitu mencapai 70 % untuk tingkat ketertarikan dan diatas 50 % untuk keinginan mendapatkan pelayanan perbankan syariah. Atas dasar ini, komitmen PT. Bank Sumut terhadap pengembangan layanan perbankan syariah maka pada tanggal 4 November 2004 PT. Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah dengan dua kantor cabang syariah Medan dan kantor cabang syariah Padang Sidempuan.

Kantor Cabang Pembantu Syariah Marelan Raya dibuka pada tanggal 18 April 2011, unit ini dibuka ditujukan untuk memberikan layanan perbankan yang luas kepada masyarakat yang berkeinginan mendapatkan layanan perbankan yang lebih selaras dengan prinsip syariah yang terutama untuk daerah sekitar lokasi kantor. Melalui produk dan layanan jasa perbankan yang lebih luas tersebut diharapkan Bank Sumut dapat mendorong partisipasi masyarakat yang sejahtera dan berkeadilan melalui prinsip-prinsip bagi hasil dalam pertumbuhan ekonomi.

#### **4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya**

##### **a) Visi PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya**

Untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

##### **b) Misi PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya**

Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip-prinsip *compliance*.

#### **4.1.3 Nilai - Nilai Organisasi**

Statement budaya Bank Sumut adalah “Memberikan Pelayanan Terbaik” yang merupakan tekad seluruh staf / pegawai PT. Bank Sumut untuk memenuhi akseptasi dan keputusan atas pelayanan yang diberikan PT. Bank Sumut.

T : Berusaha untuk selalu Terpercaya

E : Energik di dalam melakukan setiap kegiatan

R : Senantiasa bersikap Ramah

B : Membina hubungan secara Bersahabat

A : Menciptakan suasana yang Aman dan Nyaman

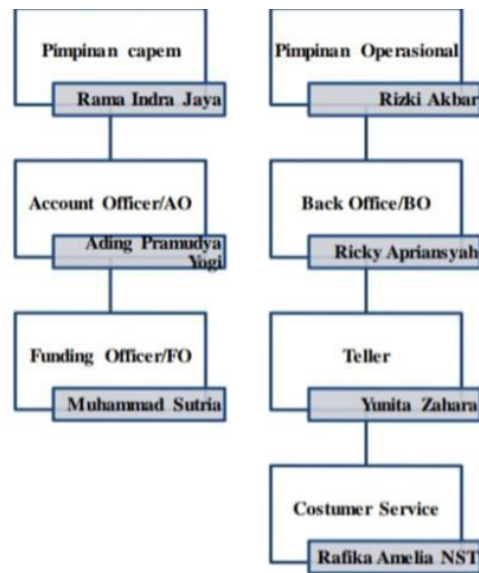
I : Memiliki Integritas yang tinggi

K : Komitmen penuh untuk memberikan yang terbaik

#### **4.1.4 Struktur Organisasi Dan Deskripsi Tugas**

##### **1. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya**

Melalui struktur organisasi yang baik, pengaturan pelaksanaan pekerjaan dapat diterapkan, sehingga efisiensi dan efektivitas kerja dapat diwujudkan melalui kerja sama dengan koordinasi yang baik sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai. Suatu instansi terdiri dari berbagai unit kerja yang dapat dilaksanakan perseorangan, maupun kelompok kerja yang berfungsi untuk melaksanakan serangkaian kegiatan tertentu dan mencakup tata hubungan secara vertikal, melalui saluran tunggal. Berikut struktur organisasi PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya.



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya**  
*Sumber PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya*

## 2. Deskripsi Tugas

Setiap jabatan atau posisi pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya memiliki tugas dan tanggung jawab dari posisi tersebut dalam pekerjaannya. Penentuan tugas dan tanggung jawab setiap jabatan posisi yang ada pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya di tentukan berdasarkan pada tugas dan fungsi pekerjaan itu sendiri.

### 1. Pemimpin Cabpem/Bisnis

- a) Membina dan mengarahkan kegiatan pelayanan kepada nasabah penggunaan teknologi informasi, administrasi kredit dan pengelolaan likuiditas serta memantau dan mengendalikan kegiatan – kegiatan di perusahaan.

- b) Membina dan mengarahkan kegiatan penghimpunan dana, menyalurkan kredit, pemasaran jasa – jasa bank sesuai ketentuan yang berlaku berdasarkan kebijakan direksi pada perencanaan kerja bank serta memantau kegiatan tersebut.
- c) Merencanakan dan mengontrol pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk dan jasa serta pembiayaan agar tercapai target bisnis.
- d) Mengarahkan strategi bisnis dan pemberian pembiayaan sesuai dengan kebijakan kepada unit kerja dalam rangka terciptanya kualitas dan jasa serta pembiayaan yang sehat.

## 2. Wakil Pimpinan

- a) Mengatur, membimbing, mengarahkan dan mengawasi pegawai dalam melaksanakan tugas – tugasnya.
- b) Memberikan saran atau pertimbangan kepada wakil pimpinan cabang tentang langkah – langkah atau tindakan yang perlu diambil dibidang tugasnya.
- c) Melakukan pembinaan, pengawasan, dan pengaturan seluruh kegiatan operasional pelaksanaan transfer, inkaso, pajak, kliring, pelaksanaan verifikasi, investasi terkait dan laporan, pelaksanaan umum dan kepegawaian serta pelaksanaan administrasi kredit.

- d) Mengajukan usulan rencana kerja, anggaran tahunan dan action program untuk seksi operasional.
3. Analisis Pembiayaan/AO
- Account Officer* berperan untuk melakukan pemantauan atas pinjaman yang diberikan kepada nasabah agar nasabah selalu memenuhi komitmen atas pinjamannya. Untuk melaksanakan hal ini, seorang *account officer* harus memiliki pengetahuan tentang bisnis nasabahnya.
4. *Funding Officer*
- a) Mencari nasabah untuk menyimpan dan menabung di Bank Sumut Syariah.
  - b) Mengumpulkan data nasabah.
  - c) Mempromosikan produk yang ada di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya.
  - d) Membukakan tabungan baru bagi nasabah.
5. *Back Officer/BO*
- a) *Back office* memiliki tugas untuk mengelola laporan keuangan, melakukan pengecekan *invoice* dan pemesanan, serta bertanggung jawab terhadap pengecekan barang *fast moving* ataupun *slow moving*.
  - b) *Back officer* memiliki peranan untuk mengurus semua laporan-laporan keuangan ataupun masalah administrasi dan memberikan pelayanan informasi yang akurat

terhadap konsumen yang disampaikan melalui *front office*.

6. *Customer Service/CS*

- a) Melayani nasabah pada waktu pembukaan dan penutupan giro, deposito, dan tabungan.
- b) Melayani dan menyelesaikan berbagai masalah serta *complain* nasabahnya .
- c) Memelihara ketersediaan aplikasi – aplikasi yang berhubungan dengan pembukaan dan penutupan giro, deposito, dan tabungan.
- d) Memberi informasi kepada *Account Manager Funding* apabila terdapat calon nasabah potensial yang perlu dilakukan pendekatan untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.

7. *Teller*

- a) Sebagai penerima setoran uang.
- b) Menghitung uang, mengecek keaslian uang, memeriksa ulang kebenaran pengisian slip / warkat, hingga mencetak saldo akhir buku tabungan.
- c) Melakukan aktivasi penerimaan sesuai SOP.
- d) Sebagai penerima pembayaran uang (tunai / non tunai).
- e) Melayani transfer dana, kliring, inkaso, ataupun transaksi perbankan lainnya.



#### **4.1.5 Sejarah Strategi Pemasaran PT. Bank Sumut Syariah KCP**

##### **Marelan Raya**

Seiring dengan perkembangan usaha pada setiap sektor ekonomi pada saat sekarang ini maka perusahaan dituntut untuk bisa memberikan sesuatu yang "berarti" bagi para pelanggannya (*customer*). Hal ini berkaitan erat dengan sektor yang bergerak pada bidang jasa dengan usaha perbankan. Berjalannya krisis dengan kejatuhan pondasi perbankan nasional telah memberikan suatu peringatan bagi perbankan nasional agar bisa memberikan kenyamanan bagi nasabahnya. Sehingga saat ini perbankan di negara ini menerapkan berbagai strategi untuk bisa mempertahankan nasabah dengan menambah jumlah tabungan dan depositonya serta terus mencoba untuk menarik nasabah baru.

PT Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya sebagai salah satu pelaku perbankan nasional yang bergerak di daerah dan menjadikan Desa Helvetia dan sekitarnya sebagai sasaran pasar (*target market*) maka perusahaan juga membuat strategi pemasaran. Ketika datang untuk menyediakan produk tabungan, inisiatif pemasaran sangat penting di sektor perbankan. Inisiatif pemasaran seperti promosi dan layanan berkualitas tinggi harus menarik minat pelanggan pada produk yang dijual.

PT. Bank Sumut KCP Marelan Raya merupakan lembaga yang bergerak di bidang ekonomi yang diperuntukkan untuk masyarakat.

Strategi pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting dilakukan oleh setiap perusahaan. Dimana strategi pemasaran yang digunakan setiap perusahaan bisa berupa promosi langsung dan tidak langsung. Salah satu tujuan pemasaran adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru, kemudian juga mengingatkan nasabah akan produk, serta promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata nasabahnya.

Dalam melakukan pemasaran suatu produk, sering terdapat perbedaan dalam cara pemasaran antara satu tabungan dengan tabungan lainnya. Keberhasilan strategi yang diterapkan perusahaan dapat dilihat dari hasil usaha pemasaran. Usaha pemasaran meliputi kegiatan yang menyangkut dengan pengetahuan tentang keinginan konsumen, kebutuhan konsumen, dan daya saing produk yang efektif.

## **4.2 Hasil Penelitian**

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada tanggal 13 Agustus - 16 Agustus 2024 di Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya, peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Pimpinan Cabang, *Account Officer*, *Customer Service* dan *Back Office*. Adapun hasil wawancara sebagai berikut.

### **4.2.1 Strategi pemasaran terhadap jumlah tabungan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya**

Pemasaran tampaknya menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya jumlah bank yang menawarkan produk tabungan serupa. Dengan adanya kegiatan pemasaran yang intensif seperti promosi dan produk yang berkualitas, diharapkan konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Langkah awal sebelum dilakukannya strategi pemasaran yaitu membuat perencanaan pemasaran terlebih dahulu, karena tanpa adanya perencanaan, strategi pemasaran tidak akan berjalan secara maksimal. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya selaku Kepala Pimpinan Cabang PT Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya mengatakan bahwa:

*"Bagi kami perencanaan strategi pemasaran adalah hal yang sangat urgent dalam menarik masyarakat untuk menjadi nasabah tanpa terkecuali pada Bank Sumut Syariah ini, sebab apabila kami gagal dalam merencanakan strategi apa yang tepat digunakan dalam menarik nasabah maka akan berdampak pada gagalnya capaian yang telah direncanakan. Gagalnya merencanakan strategi pemasaran adalah pertanda buruk bagi pencapaian tujuan yang telah ada ditetapkan sehingga Bank Sumut Syariah ini senantiasa mempertimbangkan secara matang terkait strategi pemasaran apa yang tepat untuk digunakan dalam menarik masyarakat untuk menjadi nasabah pada Bank Sumut Syariah." (Wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya, pada hari Senin, 19 Agustus 2024, Pukul 13.15, di kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya)*

Dari wawancara di atas dapat dikatakan bahwa perencanaan pemasaran yang disampaikan oleh Bapak Rama Indra Jaya merupakan suatu hal yang sangat penting, di mana kegiatan apapun tanpa melalui perencanaan akan sulit mendapatkan hasil yang baik atau memadai. PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya merupakan lembaga yang

bergerak di bidang ekonomi yang diperuntukkan masyarakat. Strategi pemasaran adalah prinsip yang menyeluruh di mana manajemen pemasaran mengharapkan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran dan bisnis dalam pasar sasaran. Strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya menggunakan konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7P, yaitu *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*.

#### **4.2.2. Penerapan Strategi Pemasaran Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya Terhadap Jumlah Tabungan**

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan wujud yang terarah pada suatu perusahaan ataupun lembaga keuangan dalam mencapai tujuan guna memperoleh keuntungan. Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk menghadapi adanya persaingan terhadap lembaga keuangan lainnya. Selain itu kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah tabungan terhadap produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya. Dalam mempertahankan eksistensinya, PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان harus lebih intensif dalam memasarkan produk, baik dengan memunculkan fitur produk yang bersaing maupun dengan memperluas jaringan kantor pemasaran.

Sebelum mengetahui strategi pemasaran produk untuk meningkatkan jumlah tabungan, diperlukan lebih dahulu mengenali

pasar. Karena, mengenali pasar merupakan tahap pertama dalam pemasaran. Selain itu, dengan mengenali pasar, dapat mengetahui potensi konsumen dan mengetahui kebutuhannya. Cara mengenali pasar yaitu dapat dilakukan dengan melihat, mengikuti perkembangan pasar dan membandingkan produk lain dengan produk sendiri. Berikut adalah strategi pemasaran dengan 7P untuk meningkatkan jumlah tabungan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya (Tjiptono, 2002)

**a. Strategi Produk (*Product*)**

Penerapan strategi pemasaran tabungan yang ada di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan untuk meningkatkan jumlah tabungan yaitu dengan menampilkan kualitas dari seluruh produk tabungan misalnya *Mudharabah*, *Simpel IB Smart IB*, dan *Deposito*, sehingga dengan upaya ini dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar sasaran. Adapun manfaat dan mutu dari produk ini menurut hasil wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya mengatakan bahwa :

*"Sebenarnya kalau untuk strategi pemasaran produk yang ada di Bank Sumut ini pemasaran nya hampir sama, keuntungan dan manfaat nya juga sama, seperti mendapat keuntungan bagi hasil bulanan, nasabah dapat berinfak, bersadaqah secara otomatis melalui rekening nya secara aman dan terjamin, dan mendapatkan kartu ATM. Dengan produk-produk yang dibutuhkan nasabah, harga yang ditawarkan untuk pembukaan rekening tabungan yang tidak memberatkan nasabah."* (Wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya pada hari Senin, 19 Agustus 2024, Pukul 13.16 di kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)

Dari hasil wawancara tersebut terlihat bahwa manfaat dari setiap produk yang ditawarkan di bank tersebut dapat menarik minat nasabah untuk menabung di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya. Adapun manfaat yang didapatkan yaitu keuntungan bagi hasil bulanan, nasabah dapat berinafaq, dan dan bersadaqah.

**b. Strategi Harga (*Price*)**

Strategi Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya dalam menentukan biaya administrasi pada produk tabungan sangat kompetitif. Sehingga, jika dibandingkan dengan bank kompetitor, Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya juga memiliki biaya administrasi yang sangat terjangkau khususnya untuk kalangan masyarakat bawah. Karena, persaingan dunia perbankan khususnya perbankan syariah cukup tinggi dan merupakan suatu *trend*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Rama Indra Jaya mengatakan bahwa :

*"Untuk harga yang ditawarkan dalam pembukaan rekening itu lebih rendah jika dibandingkan dengan bank pesaing lainnya, itu bisa dikatakan cukup bersaing, karena apa, bank Sumut Syariah ini kan termasuk bank syariah. Untuk produk tabungannya sendiri, untuk setoran awalnya itu Rp100.000. Jadi, bisa lebih dikatakan cukup murah dan mampu bersaing dengan bank lainnya."* (Wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya pada hari Senin 19 Agustus 2024 Pukul 13.18 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ading Pramudya Yoga selaku *Account Officer* mengatakan bahwa:

*"Kalau untuk harga, menurut kami sih murah ya dek, karena kan setoran awalnya atau pembukaan rekening itu minimal Rp100.000, jadi meskipun pada produk tabungan yang ada di Bank Sumut Syariah ini dengan setoran awal minimal Rp100.000,- saldo minimal sebesar Rp50.000,- kalau saldo sebelum transaksi di jaringan ATM Bank Sumut, Bersama, ATM Prima dan Debit Prima  $\geq$  Rp 500.000,- maka mendapat subsidi 50%. Jika sebelum transaksi saldo kurang dari Rp 500.000,- maka dikenakan tarif normal, dan untuk pengaktifan kembali ATM yang di blokir hanya dikenakan pembayaran Rp. 5.000".* (Wawancara dengan Bapak Ading Pramudya Yoga pada hari Senin 19 Agustus 2024 pukul 14.14 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya)

Dari hasil wawancara terlihat bahwa strategi pemasaran harga yang diberikan oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان termasuk murah dan dapat bersaing dengan bank pada umumnya karena minimal setoran awal, minimal saldo mengendap, dan biaya pengaktifan ATM di blokir yaitu hanya Rp. 5.000.

**c. Strategi Tempat (*Place*)**

Pemilihan suatu lokasi juga sangat berpengaruh pada penjualan suatu produk. Dengan memilih lokasi yang strategis pihak bank dapat meningkatkan minat nasabah. Oleh karena itu PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya memilih gedung di Veteran, No 13-14, Desa Helvetia, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang, selain itu aksesnya juga mudah dijangkau dengan menggunakan alat transportasi baik kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu nasabah yang menabung di PT. Bank

Sumut Syariah KCP Marelan Raya yaitu Ibu Sri Wahyuni

Ningsih, S.Pd,M.Pd mengatakan :

*"Sangat mudah dijangkau, kebetulan dekat dengan rumah saya, saya kan nabungnya tiap bulan, jadi pulang kerja saya mampir dulu ke bank untuk nabung karena kan satu jalur, atau kadang kalo saya ga sempat ke sana, anggota keluarga saya yang ke bank."* (Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni Ningsih pada hari Selasa, 20 Agustus 2024 pukul 19.17 di Jl. Karya Gang Kartini No. 41)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan nasabah yaitu Kak Susi Karyanti Dewi, S.H,M.E.I mengatakan :

*"Tempatnya strategis dek, ada di pinggir jalan raya dan lumayan dekat dengan rumah saya, jadi saya sangat mudah untuk menabung di Bank Sumut Syariah ini, naik angkot pun bisa karena kan pas di pinggir jalan raya."* (Wawancara dengan Ibu Susi Karyanti Dewi pada hari Selasa, 20 Agustus 2024 pukul 20.07 di Jl. Aluminium Raya, Tanjung Mulia, No. 39)

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan nasabah terlihat bahwa letak strategis PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya merupakan alasan nasabah untuk menabung di bank tersebut, sehingga dengan lokasi yang strategis dapat meningkatkan jumlah nasabah menabung di Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.

#### **d. Strategi Promosi (*Promotion*)**

Promosi menjadi sesuatu hal yang sangat penting dalam memasarkan produk karena apabila suatu promosi baik maka tingkat penjualan produk pun akan baik pula dan sebaliknya apabila proses promosi tidak dilakukan dengan baik, maka produk



tidak akan laku di pasaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan

Bapak Rama Indra Jaya mengatakan bahwa :

*"Salah satu promosi yang paling cepat menurut kami, yaitu mengadakan sosialisasi, misalnya di beberapa lembaga keuangan, lembaga pendidikan, promosiin ke pasar-pasar terdekat. Bisa juga ke perkumpulan ibu-ibu, kantor ketenagakerjaan juga, dan sebagainya. Nah jadi promosinya di situ, kami menawarkan sesuai kebutuhan mereka berdasarkan kondisinya. Kalau secara media sosial, kami melakuakn promosi melalui whatsapp, intagram, facebook. Tapi kalo untuk instagram masih belum terlalu aktif"* (Wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya pada hari Senin,19 Agustus 2024 Pukul 13.20 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya)

Dari hasil wawancara dengan Bapak Ading Pramudya

Yogi selaku *Account Officer* mengatakan:

*"Kalau untuk promosinya sendiri, kita biasanya melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Kami biasanya promosiin dan kami bagikan brosur ke sekolah- sekolah, kantor camat, kantor lurah, kantor gubernur. Karena kan disitu tempat yang paling banyak ASN nya. Kami jelaskan keunggulan bank Sumut ini, kami berikan brosur, agar mereka tertarik dan mau menjadi nasabah tabungan di bank Sumut Syariah ini. "* (Wawancara dengan Bapak Ading Pramudya Yoga pada hari Senin, 19 Agustus 2024 pukul 13.42 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya)

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan promosi merupakan salah satu hal yang penting dalam pemasaran. Oleh karena itu, promosi yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya yaitu dengan membagikan brosur ke kantor gubernur, sekolah - sekolah yang dapat dijangkau Bank Sumut, dan Kantor Camat yang dekat dengan Bank Sumut.

**e. Strategi Sumber Daya Manusia (*People*)**

Dalam suatu perusahaan yang menawarkan jasa manusia merupakan unsur yang paling penting dalam bauran pemasaran, karena cara berpakaian atau penampilan dan pelayanan dari seorang karyawan akan sangat mempengaruhi persepsi nasabah sehingga akan menimbulkan minat nasabah untuk menabung dan dapat meningkatkan jumlah tabungan. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Rama Indra Jaya mengatakan :

*"Sejauh ini pelayanan dari karyawan kami diterima baik oleh setiap nasabah yang datang, karena sejak awal diterima untuk menjadi karyawan di Bank Sumut Syariah ini tentunya sudah harus mengetahui bahwa kenyamanan nasabah itu merupakan suatu hal yang penting. Karyawan yang ada disini juga sejauh ini melakukan job descnya dengan baik dan sesuai dengan aturan yang berlaku."* (Wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya pada hari Senin, 19 Agustus 2024 pukul 13.20 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu nasabah yang menabung di PT Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya yaitu Ibu Sri Wahyuni Ningsih, S.Pd., M.Pd. mengatakan :

*"Karyawannya ramah-ramah mbak, jadi senang kalo dapet pelayanan bagus seperti itu. Nasabah akan merasa puas jika dilayani dengan baik, termasuk saya, penjelasannya pun sangat detail."* (Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni Ningsih pada hari Selasa 20 Agustus 2024 pukul 19.20 di Jl. Karya, Gang Kartini No. 41)

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan pembekalan SOP mulai diberikan sejak diterima sebagai karyawan di bank PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya didalam SOP tersebut terdapat ketentuan-ketentuan yang berlaku

dalam perusahaan dan *job description* menurut posisi masing-masing staf.

**f. Strategi Proses (*Process*)**

Seluruh aktifitas kerja adalah proses, proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, aktifitas dan rutinitas dengan apa produk baik barang dan jasa disalurkan kepada nasabah. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Rama Indra Jaya mengatakan bahwa :

*"Jadi ketika ada nasabah atau calon nasabah yang ingin membuka rekening wajib membawa surat KTP dan NPWP jika ada, menyiapkan dana untuk setoran awal untuk pembukaan rekening, setoran awalnya juga macem-macam ya, tergantung produk apa yang dipilih. Setelah itu nasabah atau calon nasabah hanya perlu mengantri ke CS dan proses transaksi dari awal hingga proses pembukaan rekening tabungan selesai. Kita hanya perlu mengisi dan menandatangani form yang telah disediakan oleh pihak bank gitu. Sedangkan kalo untuk kredit kami tidak bisa langsung kasih, kami akan melakukan tinjauan layak atau engganya nasabah atau calon nasabah ini, agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan di kemudian hari."* (Wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya pada hari Senin, 19 Agustus 2024 pukul 13.23 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Ading Pramudya Yoga selaku *Account Officer* mengatakan bahwa:

*"Bagi nasabah atau calon nasabah yang mau buka rekening tabungan, itu persyaratan wajibnya datang ke kantor dengan membawa KTP nasabah, dan membawa setoran awal untuk pembukaan rekening. Nah di CS nanti nasabah atau calon nasabah akan mengisi form yang akan diajari oleh CS. Setelah semuanya selesai, nasabah atau calon nasabah bisa menabung dengan ketentuan syarat yang berlaku sesuai dengan ketentuan produk yang dipilih. "* (Wawancara dengan Bapak Ading

Pramudya Yoga pada hari Senin, 19 Agustus 2024 Pukul 14.06 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)

Dari hasil wawancara tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa proses untuk pembukaan rekening tabungan sangatlah mudah. Nasabah atau calon nasabah hanya perlu mendatangi kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya dengan membawa Kartu Identitas Penduduk dan mengisi formulir yang telah disediakan oleh pihak bank. Kemudian, untuk proses pengajuan kredit itu harus menunggu terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan harus ada atau melakukan pengecekan terlebih dahulu kelayakan nasabah atau calon nasabah mendapatkan kredit atau pinjaman.

**g. Strategi Fisik (*Physical Evidence*)**

Unsur-unsur yang terdapat dalam lingkungan fisik antara lain bangunan, perlengkapan, peralatan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang berkaitan dengan *service* seperti tiket, sampul, label dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya selaku Kepala Pimpinan Cabang mengatakan bahwa :

*"Fasilitas yang diberikan oleh Bank kepada nasabah itu berupa ATM, Buku Tabungan, mobile banking gitu. Oh iya, karyawan di sini juga diwajibkan berpenampilan serapi mungkin dan sesopan mungkin."* (Wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya pada hari Senin, 19 Agustus 2024 pukul 13.25 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)

Dari hasil wawancara dengan Bapak Ading Pramudya

Yoga mengatakan bahwa :

*"Fasilitas disini kami sediakan sebaik mungkin agar nasabah merasa nyaman, tempat yang bersih, AC, pelayanan yang baik, alat-alat yang mendukung pemasaran, contohnya brosur, banner, dan untuk nasabah tabungan kami sediakan fasilitas Mesin dan kartu ATM. Kami juga menyediakan TV, dan toilet."* (Wawancara dengan Bapak Ading Pramudya Yoga pada hari Senin, 19 Agustus 2024 pukul 14.13 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)

Dari hasil wawancara tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang diberikan oleh Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya kepada nasabahnya adalah berupa buku tabungan, kartu ATM, brosur, kantor yang rapi dan bersih, AC, *banner*, TV, toilet, dan fasilitas lainnya yang bermanfaat untuk karyawan, nasabah, maupun calon nasabah PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.

#### **4.2.3. Analisis SWOT dalam Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Jumlah Tabungan pada PT Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya dalam proses pemasaran produk tabungan terdapat kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi. Bapak Rama Indra Jaya selaku Kepala Pimpinan Cabang mengatakan bahwa :

**a. Kekuatan (*Strength*)**

Untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran produk terhadap jumlah tabungan di bank dari sudut pandang kekuatan. Dengan memanfaatkan kekuatan-kekuatan ini dalam strategi pemasaran, bank dapat meningkatkan daya tarik produk tabungan, dan pada gilirannya, jumlah tabungan yang dikelola. Dari hasil wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya mengatakan bahwa :

*"Tentu saja kami telah melakukan analisis SWOT yang mendalam untuk memahami posisi kami di pasar. Pada bagian kekuatan, kami mengidentifikasi beberapa poin utama. Pertama, kami memiliki basis nasabah yang sangat loyal. Kepercayaan yang dibangun selama bertahun-tahun telah menjadi aset berharga bagi bank kami. Hal ini mempermudah kami dalam memperkenalkan produk tabungan baru kepada nasabah yang sudah ada."* (Wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya pada hari Senin, 19 Agustus 2024 pukul 13.25 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama strategi pemasaran produk tabungan pada PT Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya terletak pada loyalitas nasabah, jaringan cabang yang luas, penggunaan teknologi digital, dan fleksibilitas produk.

**b. Kelemahan (*Weakness*)**

Mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan-kelemahan ini dapat membantu bank dalam memperbaiki dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk meningkatkan jumlah tabungan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ading Pramudya Yoga mengatakan bahwa :

*"Kalau dilihat dari kelemahan, kurangnya inovasi produk dari bank Sumut ini bisa menjadi penghalang karena nasabah saat ini, terutama lebih muda, mencari lebih dari sekadar rekening tabungan dengan bunga standar. Orang - orang jaman sekarang lebih tertarik pada produk yang menawarkan nilai tambah, cashback, poin reward, atau fitur investasi otomatis. Jika kami tidak dapat memenuhi ekspektasi ini, kami bisa kehilangan potensi nasabah baru atau bahkan kehilangan nasabah yang ada ke bank pesaing yang lebih inovatif."* (Wawancara dengan Bapak Ading Pramudya Yoga pada hari Senin, 19 Agustus 2024 pukul 14.16 di kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa beberapa kelemahan dalam strategi pemasaran bank untuk meningkatkan jumlah tabungan yang dihadapi oleh PT Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya terjadi karena kurangnya inovasi produk, pemanfaatan kanal digital yang belum optimal, dan keterbatasan dalam pemasaran digital.

**c. Peluang (*Opportunity*)**

Peluang yang bisa dimanfaatkan termasuk meningkatnya kesadaran akan pentingnya menambah jumlah tabungan. Pertumbuhan teknologi finansial yang memudahkan transaksi, dan potensi pasar yang belum tergarap. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, bank dapat menarik lebih banyak nasabah untuk menabung dan meningkatkan jumlah tabungan secara keseluruhan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ading Pramudya Yoga mengatakan bahwa:

*Ya, ada beberapa peluang yang kami anggap penting. Salah satunya adalah meningkatnya kesadaran akan pentingnya*

*perencanaan keuangan. Banyak orang kini semakin sadar akan pentingnya menabung untuk masa depan dan berinvestasi. Kami berencana untuk memanfaatkan kesempatan ini dengan menawarkan produk tabungan yang dirancang khusus untuk tujuan jangka panjang, seperti tabungan pendidikan dan pensiun, serta melakukan kampanye edukasi finansial untuk meningkatkan pemahaman nasabah tentang manfaat menabung." (Wawancara dengan Bapak Ading Pramudya Yoga pada hari Senin, 19 Agustus 2024 pukul 14. 22 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)*

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa berbagai peluang dalam strategi pemasaran bank untuk meningkatkan jumlah tabungan, termasuk digitalisasi, kesadaran perencanaan keuangan, fokus pada segmen pasar milenial dan generasi muda serta kemitraan dengan *fintech* dan *e-commerce*.

#### **d. Ancaman (*Threats*)**

Mengidentifikasi dan merespons ancaman-ancaman secara proaktif dapat membantu bank untuk mengadaptasi strategi pemasaran mereka. Selain itu dapat juga mengurangi dampak negatif, dan menjaga pertumbuhan jumlah tabungan. Dengan memahami ancaman - ancaman, bank dapat lebih waspada dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih adaptif dan responsif untuk menjaga dan meningkatkan jumlah tabungan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya mengatakan bahwa :

*"Tentu kami telah melakukan analisis SWOT untuk memahami posisi kami di pasar. Ketika kita berbicara tentang ancaman, ada beberapa faktor eksternal yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran kami. Pertama, persaingan yang semakin ketat dari bank lain dan lembaga keuangan non-*



*bank, seperti fintech. Fintech menawarkan produk tabungan dan investasi yang lebih fleksibel dan inovatif, dengan bunga yang kompetitif dan fitur-fitur canggih, yang menarik minat banyak nasabah, terutama generasi muda."* (Wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya pada hari Senin, 19 Agustus 2024 pukul 13.27 di Kantor Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)

Dari hasil wawancara dengan Bapak Ading Pramudya Yoga tersebut dapat disimpulkan bahwa berbagai ancaman dalam strategi pemasaran bank untuk meningkatkan jumlah tabungan bisa terjadi karena beberapa hal, seperti persaingan dari *fintech*, perubahan regulasi, ketidakpastian ekonomi, dan perubahan preferensi nasabah.

#### **4.3 Pembahasan**

Pada bagian ini menjelaskan tentang beberapa uraian hasil penelitian di lapangan yang dipadukan dengan teori-teori yang ada pada bab sebelumnya. Data wawancara dan dokumentasi akan dianalisis secara jelas oleh peneliti sehingga mendapatkan temuan yang sebenar- benarnya, serta hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya

##### **4.3.1. Strategi pemasaran terhadap jumlah tabungan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya**

Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian mengenai strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah tabungan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya dalam penyajian data dan analisis data. Strategi pemasaran yang diterapkan di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya mencakup aspek bauran pemasaran (*marketing mix*).

**a. *Product* (Produk)**

Salah satu produk yang terdapat di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya adalah produk tabungan. Produk tabungan adalah sesuatu yang ditawarkan atau dipasarkan melalui simpanan dengan syarat tertentu yang telah disepakati. Produk tabungan yang terdapat di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya ada 7, yaitu Tabungan *Mudharabah*, *Marhamah*, *Marwah*, Tabungan Haji *Makbul*, *Smart IB*, *Wadiah*, dan *Deposito Mudharabah*. Dari hasil wawancara peneliti menyimpulkan bahwa produk tersebut memberikan manfaat bagi masyarakat yang ingin menyimpan dananya dengan aman dan mendapat keuntungan. PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya menerapkan strategi pemasaran di mana menghadapi persaingan yang ketat antar bank lainnya.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh M. Nur Rianto Al-Arif bahwa produk secara garis besar dapat

dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yang disediakan oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya yaitu Produk Pendanaan (*Funding*), seperti Tabungan, Deposito, dan Giro. Sedangkan untuk Produk Penyaluran Dana yaitu Tabungan *Marhamah*, Tabungan *Marwah*, Tabungan Haji *Makbul*, Tabungan *Wadiah*, Tabungan *Smart IB*, Tabungan *Mudharabah*, dan Deposito *Mudharabah*.

**b. Price (Harga)**

Penentuan suku bunga yang ditawarkan oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya mempengaruhi minat nasabah untuk mengambil produk tabungan yang ditawarkan. Fasilitas yang diberikan berkaitan dengan penawaran harga seperti biaya administrasi yang gratis, atau pembukaan tabungan tanpa biaya apapun. Sampai dengan bunga tinggi yang diberikan setiap bulan. Dari hasil wawancara peneliti menyimpulkan bahwa banyaknya fasilitas yang diberikan dan pilihan yang beragam mengakibatkan masyarakat bisa lebih bebas memilih tabungan mana yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Basu Swastha bahwa salah satu prinsip dalam menetapkan harga bagi manajemen perusahaan adalah menitikberatkan pada kesepakatan yang telah ditentukan antara konsumen dan

perusahaan dengan jumlah harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan tersebut.

**c. *Place (Tempat)***

Tempat atau lokasi PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya sangatlah strategis, di mana terletak di pinggir jalan raya. Pemilihan suatu lokasi juga sangat berpengaruh pada penjualan suatu produk. Dengan memilih lokasi yang strategis pihak bank dapat meningkatkan minat nasabah. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabah yang menabung di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya peneliti menyimpulkan bahwa letak yang strategis juga bisa dijadikan sebagai acuan dalam meningkatkan nasabah menabung di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.

Hal tersebut sesuai dengan teori dari Abu Bakar Rusydi bahwa tempat merupakan letak dimana sebuah perusahaan industri berada, yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek atau panjang. Memilih tempat ini karena memiliki nilai strategis serta memiliki koneksi yang kuat dan mudah untuk masuk, mampu memberikan dampak keyakinan kepada para nasabah, perusahaan, karyawan lainnya dalam menilai perusahaan.

**d. *Promotion (Promosi)***

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rama Indra Jaya selaku Kepala Pimpinan Cabang PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya, peneliti menyimpulkan bahwa adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya dalam memasarkan produk dengan cara antara lain:

1) Melakukan sosialisasi di kantor dan *Event*

Untuk media pemasaran dalam strategi yang dilakukan dari PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya sendiri lebih sering melakukan sosialisasi di beberapa kantor yang diajdiikan rekomendasi oleh beberapa nasabah sehingga bisa dibuat untuk dijadikan tempat untuk menyebarkan informasi agar pegawai yang ada di kantor tersebut bisa bergabung menjadi nasabah PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang mengetahui dan lebih mengenal Bank Syariah khususnya PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.

2. Media Promosi

Media promosi yang sering digunakan sebagai alat pemasaran berupa *website* yang di dalamnya sudah tercantum banyak produk yang sudah dijabarkan secara detail dan di

dalamnya sering dilakukannya update yang bertujuan untuk memberikan informasi lebih terhadap apa saja yang akan diberikan kepada masyarakat seperti bunga yang akan diberikan di beberapa tabungan serta meng *update* fasilitas-fasilitas apa saja yang diberikan serta keuntungan jika mengambil salah satu jenis tabungan yang ada di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sutisna bahwa promosi untuk produk yang dibeli berdasarkan kebiasaan seharusnya sesering mungkin untuk mengingat konsumen dengan cara menginformasikan keberadaan suatu produk, menjelaskan cara kerja suatu produk, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan. Adapun menurut teori Suprpto dalam pengertian Abubakar Rusyidi menyatakan bahwa seorang pelanggan yang loyal akan membicarakan hal-hal yang bagus tentang produk atau perusahaan yang menjualnya.

**e. *People* (Orang)**

Masyarakat merupakan aktor yang memegang peranan penting dalam bisnis karena dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Segala sikap dan tindakan karyawan, termasuk cara

berpakaian dan penampilan karyawan, mempunyai dampak atau keberhasilan terhadap penjualan produk. Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi yang telah diuraikan, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa karyawan PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya juga mempunyai peranan yang penting, namun yang utama adalah bagian pemasaran harus mengetahui cara mengelolanya dan menjelaskan produknya sebaik mungkin bagi calon pelanggan dan menjawab apa yang tidak mereka pahami.

Hasil temuan diatas sesuai dengan teori dari Nirwana, *people* adalah orang yang memiliki andil dalam memberikan atau menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Dalam penelitian ini karyawan berperan aktif dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, seperti yang dikemukakan oleh Kotler semakin positif kinerja yang diberikan kepada konsumen semakin baik pula dampaknya dalam melakukan keputusan pembelian.

***f. Process (Proses)***

Berdasarkan wawancara, dokumentasi dan observasi yang diuraikan, peneliti menyimpulkan bahwa karakteristik proses PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya adalah kecepatan,

kemudahan, ketepatan dan tanggap terhadap keluhan nasabah. Oleh karena itu, diperlukan keterampilan dan ketelitian untuk mempertimbangkan permintaan masyarakat dan memprediksi perbaikan di masa depan. Tujuan dari strategi proses adalah menemukan cara untuk menghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan spesifikasi produk dalam batasan biaya.

Dalam menjalankan proses penjualan, karyawan harus bertindak profesional. Dalam hal ini para profesional harus tepat, fokus penuh dan jelas dalam komunikasinya sesuai dengan apa yang tersedia dari proses manajemen bisnis. Hasil temuan diatas sesuai dengan teori menurut Wardana proses merupakan gabungan semua aktivitas yang umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

**g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)**

Bukti fisik merupakan penawaran berupa ciri-ciri fisik yang terlihat oleh konsumen, seperti seragam karyawan, kualitas komunikasi, ruang tunggu, bentuk bangunan yang bagus, yang berperan penting dalam membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Berdasarkan wawancara, dokumentasi dan observasi yang diuraikan di atas, peneliti menemukan bahwa PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya menggunakan strategi bukti fisik dengan menggunakan teori bauran pemasaran,



buktinya penempatan produk sangat berkualitas, lokasi strategis, pegawai mempunyai seragam yang sesuai, kebersihan menjadi prioritas, pencahayaan yang terang diterapkan oleh pihak perbankan.

Hasil temuan diatas sesuai dengan teori menurut Zeithaml dan Bitner bahwa bukti fisik suatu perusahaan jasa sangat memberi dukungan nyata terhadap pengalaman jasa yang diharapkan. Bukti fisik adalah suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Hal ini membuat konsumen tertarik dan nyaman terhadap perusahaan. tersebut.

#### **4.3.2 Analisis SWOT dalam Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Jumlah Tabungan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya**

PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya merupakan lembaga yang bergerak di bidang ekonomi yang diperuntukkan masyarakat. Strategi pemasaran adalah prinsip yang menyeluruh di mana manajemen pemasaran mengharapكان untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran dan bisnis dalam pasar sasaran. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya dalam proses pemasaran produk tabungan terdapat kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi.

##### **a. *Strength* (Kekuatan)**

Sebelum mengetahui strategi pemasaran produk untuk meningkatkan jumlah tabungan, diperlukan lebih dahulu mengenali pasar. Karena, mengenali pasar merupakan tahap pertama dalam pemasaran. Selain itu, dengan mengenali pasar, dapat mengetahui potensi konsumen dan mengetahui kebutuhannya. Berdasarkan wawancara, dokumentasi dan observasi yang diuraikan, peneliti menemukan bahwa kekuatan dari strategi pemasaran yang ada pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya terletak pada loyalitas nasabah, jaringan cabang yang luas, penggunaan teknologi digital, dan fleksibilitas produk.

**b. *Weakness (Kelemahan)***

PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya merupakan lembaga yang bergerak di bidang ekonomi yang diperuntukkan masyarakat. Strategi pemasaran adalah prinsip yang menyeluruh di mana manajemen pemasaran mengharapkan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran dan bisnis dalam pasar sasaran. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya dalam proses pemasaran produk tabungan terdapat kelemahan dalam pemasaran produk, yaitu kurangnya inovasi produk, pemanfaatan kanal digital yang belum optimal, dan keterbatasan dalam pemasaran digital.

**c. *Opportunity (Peluang)***

Peluang yang bisa dimanfaatkan termasuk meningkatnya kesadaran akan pentingnya menambah jumlah tabungan. Pertumbuhan teknologi finansial yang memudahkan transaksi, dan potensi pasar yang belum tergarap. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya dalam proses pemasaran produk tabungan terdapat peluang dalam strategi pemasaran produk yaitu adanya kesadaran masyarakat tentang perencanaan keuangan, fokus pada segmen pasar milenial dan generasi muda serta kemitraan dengan *fintech* dan *e-commerce*, dan termasuk digitalisasi.

**d. *Threats* (Ancaman)**

Mengidentifikasi dan merespons ancaman-ancaman secara proaktif dapat membantu bank untuk mengadaptasi strategi pemasaran mereka. Selain itu dapat juga mengurangi dampak negatif, dan menjaga pertumbuhan jumlah tabungan. Dengan memahami ancaman - ancaman, bank dapat lebih waspada dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih adaptif dan responsif untuk menjaga dan meningkatkan jumlah tabungan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya dalam proses pemasaran produk tabungan terdapat ancaman yang dihadapi PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya yaitu persaingan dari *fintech*

perubahan regulasi, ketidakpastian ekonomi dan preferensi nasabah.

#### **4.3.3 Peluang dan Tantangan dalam Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Jumlah Tabungan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya**

##### **4.3.3.1 Tantangan dalam Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Jumlah Tabungan pada PT Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya**

Dalam menjalankan strategi pemasaran produk tentu akan menghadapi banyak tantangan. Meskipun PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk setiap nasabah yang ingin melakukan pembukaan rekening dan transaksi lainnya. Namun pastinya ada tantangan yang harus dihadapi dalam pemasaran produk tersebut. Karena tantangan merupakan suatu hambatan atau rintangan yang menghalangi jalannya pencapaian sasaran. Adapun tantangan yang harus dihadapi terkait dengan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah tabungan ada dua kendala yaitu tantangan secara internal dan tantangan secara eksternal.

a. Tantangan yang dihadapi oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya secara internal yaitu :

1) Kurangnya pengembangan skill terhadap marketing.

Dalam hal ini pihak PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya perlu melakukan pelatihan secara intensif kepada marketing secara berkala agar dapat meningkatkan kinerja yang lebih baik.

2) Promosi yang belum optimal. Dalam mempromosikan produk untuk meningkatkan jumlah tabungan masih belum menggunakan media elektronik dalam pemasarannya, seperti televisi dan radio. Selain itu juga belum adanya pemasangan spanduk yang diletakkan di jalan raya, sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk-produk PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.

3) Kurangnya Program Loyalitas. Tanpa program loyalitas atau insentif yang menarik, nasabah mungkin tidak memiliki motivasi untuk terus menggunakan produk tabungan tertentu, atau nasabah bisa saja berpindah ke produk lain yang menawarkan manfaat lebih besar.

b. Tantangan yang dihadapi oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya secara eksternal yaitu:

- 1) Masyarakat yang kurang mengenal Bank Sumut Syariah. Keberadaan Bank Sumut Syariah yang tergolong baru dalam industri keuangan, menyebabkan pemahaman masyarakat masih terdapat kejanggalan khususnya masyarakat sekitar lingkungan. Sehingga dengan minimnya pengetahuan masyarakat akan Bank Sumut Syariah menyebabkan masyarakat kurang tertarik untuk menabung atau menitipkan dananya di Bank Sumut Syariah.
- 2) Maraknya persaingan antara bank konvensional yang membuka layanan syariah. Dengan adanya tingkat persaingan dengan lembaga keuangan lain melalui produk, pelayanan, kualitas jasa, dan adanya perilaku nasabah yang masih ragu-ragu serta menganggap Bank Sumut Syariah sama saja dengan bank konvensional. Hal ini menjadi sebuah ancaman besar bagi Bank Sumut Syariah dalam bersaing dalam dunia perbankan syariah.
- 3) Banyak bank-bank lain yang menggunakan strategi jempit bola, sehingga nasabah lebih mudah

menabung tanpa harus pergi ke bank. Bank Sumut Syariah kurang menerapkan strategi jemput bola sehingga membuat nasabah kurang percaya untuk menabung di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya.

#### **4.3.3.2 Peluang Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Jumlah Tabungan Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya yaitu dengan Bapak Rama Indra Jaya dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi tantangan yang sering kali terjadi PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya memberikan peluang terhadap tantangan tersebut.

- 1) Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya harus lebih giat lagi untuk mempromosikan produk-produknya, agar dapat meningkatkan jumlah tabungan agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat. Dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram dan facebook, sebagai sarana untuk mempromosikan produk-produk bank syariah agar dapat menjangkau kaum milenial dan masyarakat luas.
- 2) Bank Sumut Syariah KCP Marelان Raya harus memberikan pelatihan kepada karyawannya khususnya

pada staf pemasaran dan customer service agar mampu memberikan pengertian kepada calon nasabah bahwa Bank Syariah itu berbeda dengan Bank Konvensional.

- 3) Tabungan berjangka dengan bonus syariah. Menawarkan program tabungan berjangka di mana nasabah yang mempertahankan saldo minimum selama periode tertentu mendapatkan bonus dalam bentuk produk syariah atau tambahan keuntungan yang sesuai dengan prinsip syariah.
- 4) Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa tantangan yang dihadapi oleh PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya yaitu kurangnya pengembangan skill terhadap marketing, promosi yang belum optimal, kurangnya personal branding atau differentiation, kurangnya program loyalitas, masyarakat yang belum mengenal Bank Sumut Syariah, maraknya persaingan antara bank konvensional yang membuka layanan syariah, dan banyak bank-bank lain yang menggunakan strategi jemput bola. Untuk menghadapi tantangan-tantangan tersebut, PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya harus mempersiapkan peluang yang dapat mengatasi tantangan yang ada.