

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum tentang Latar Penelitian

1. Sejarah berdirinya BPRS Suriyah KC Kudus

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dulu dikenal sebagai Bank Perkreditan Rakyat Syariah sebelum adanya peraturan Perbankan Syariah. Perkembangan lembaga intermediasi keuangan masih belum memungkinkan untuk beroperasi secara komersial dalam lalu lintas pembayarannya. Kantor pusat Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah kini berada di Cilacap, Provinsi Jawa Tengah. Anggaran dasar tersebut dibuat dengan Akta No. 3 Notaris Naimah, SH pada 6 Januari 2005, dan mendapat pengesahan dari Menteri Hukum dan HAM No C-02469 HT.01.01 pada 31 Januari 2005. Diterbitkan dalam berita negara Nomor 62 Tahun 2005 dan selanjutnya berita negara No 8311, dan terakhir Akta Nomor 14 tanggal 12 Juni 2012, dihadapan Notaris Sumardi, yang merupakan notaris di Cilacap dan pada 29 Juni 2012 diterima oleh Kementrian Hukum dan HAM.¹

Setelah memperoleh salinan Surat Keputusan Gubernur BI No. 7/14/KEP.GBI/2005 pada 21 Maret 2005, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah mulai berfungsi untuk melakukan kegiatan komersial di bidang perbankan pada 1 April 2005. Setelah sekitar satu tahun beroperasi, PT. BPRS Suriyah melihat peningkatan aset sebagai hasil dari pengembangan Dana Pihak Ketiga yang relatif besar dan serta mendapat dukungan dari jaringan kantor cukup besar.

Selain kantor pusat, kini BPRS Suriyah mengoperasikan 6 kantor kas dan 5 kantor cabang, antara lain Kantor Kas Pasar Kroya Cilacap, Gumilir Cilacap, Sidareja Cilacap, Majenang Cilacap, dan RSI Fatimah Cilacap. Pada 16 Oktober 2010 dibuka kantor cabang baru di Semarang yang terletak di Ruko Kereta Api (KAI) Blok A No.1 Jl Ahmad Yani Kudus telah diresmikan pada tanggal 24 Juni 2013. Cabang BPRS Suriyah dibuka di Slawi pada tahun 2015 pada 12 Januari di Jl Ahmad Yani No. 53 Slawi. Kemudian, 16 Januari 2016, BPRS Suriyah membuka cabang di

¹ BPRS Suriyah Kudus, "Sejarah BPRS Suriyah", 2018, <https://www.banksuriyah.com/sejarah/>. Akses pada tanggal 13 Maret 2023

Pekalongan di Bundaran 138. Kemudian 23 Januari 2017, kantor cabang baru di Salatiga, di Jl. Soekarno Hatta No.3.²

BPRS Suriyah ini tidak melakukan kegiatan pemberian jasa terkait pembayaran dan tidak menjadikan giro sebagai simpanan. Kelas menengah ke bawah atau ekonomi mikro merupakan target pasar kegiatan komersial BPRS Suriyah.

2. **Motto, Visi dan Misi BPRS Syariah Suriyah KC Kudus**

a. Motto BPRS Suriyah yaitu

“Maju Bersama dalam Usaha sesuai Syariah “

b. Visi BPRS Suriyah meliputi:

- 1) Menjadi BPRS yang berdaya saing, efektif, dan prudenial
- 2) Berkontribusi untuk kebaikan dan kemaslahatan umat dengan mendukung sektor riil dalam hal transaksi riil dan operasional pembiayaan berbasis bagi hasil.
- 3) Aturan atau persyaratan Bank Indonesia digunakan untuk mengukur seberapa sehat suatu negara.
- 4) Menumbuhkan jaringan pelayanan
- 5) Pengembangan sumber daya insani yang profesional dan beretika

c. Misi BPRS Suriyah meliputi:

- 1) Berpartisipasi dalam mengembangkan ekonomi
- 2) Menawarkan produk perbankan syariah yang dapat memotivasi individu untuk mengelola bisnisnya secara produktif, efektif, dan bertanggung jawab
- 3) Bertujuan pertumbuhan bank yang terbaik
- 4) Menjaga koneksi kerja yang baik³

3. **Produk unggulan di BPRS Suriyah Kudus**

Kami dari BPRS dan memiliki landasan yang kokoh di bidang keuangan. Dalam industri keuangan, Kerjasama diberikan oleh BPRS Suriyah Kudus dalam bentuk barang unggulan yang memudahkan hidup konsumen saat ini dan masa depan.

Produk BPRS Suriyah Kudus dibagi dua, diantaranya:

a. Produk penghimpunan dana (*Funding*)

BPRS Suriyah Kudus terdapat berbagai item penghimpunan dana yaitu.;

1) Tabungan iB Wadiah

Berikut teknik umum perbankan untuk tabungan wadiah:

- a) Nasabah menitipkan dana dengan bentuk tabungan bank

² BPRS Suriyah Kudus, “Profil Perusahaan”, BPRS Suriyah, 2018

³ BPRS Suriyah Kudus, “Visi& Misi”, BPRS Suriyah, 2018

- b) Bank dapat menawarkan imbalan serupa kepada nasabah sebagai rasa terimakasih atas penggunaan dana ini, asalkan mereka tidak memasukkan imbalan tersebut dalam perjanjian atau memberitahukannya kepada mereka secara lisan atau tertulis.

Berikut adalah ketentuan umum tabungan wadiah:

- a) Sifatnya titipan
- b) Tidak ada batasan waktu untuk mengambil titipan
- c) Tidak ada imbalan yang diisyaratkan, terkecuali dalam bentuk hadiah

Tabungan iB Wadiah terbagi menjadi beberapa kategori, antara lain:

- a) Tabungan Ib Suriyah

Tabungan dimaksudkan untuk orang dan bisnis yang memungkinkan penarikan dan penyetoran kapan saja. Setoran awal minimum Rp20.000, dan selanjutnya minimum Rp10.000, diikuti dengan biaya bulanan Rp.1.000 dan dapat bonus tabungan bulanan.

- b) Tabungan ib SimPel

Tabungan yang diperuntukkan bagi Lembaga Pendidikan dan Pelajar memungkinkan kursus dan ujian sesuai kebutuhan pelajar atau pegawai dengan biaya sekitar Rp 1.000 per bulan. Selain itu, akun ini memberikan bonus setiap bulannya.

- 2) Deposito iB Mudharabah

Keuntungan bagi hasil diberikan oleh deposito mudharabah dengan konsep mudharabah mutlaqoh dan diberikan setiap bulan. Selanjutnya perpanjangan dilakukan dengan otomatis (ARO) di mana tenggang waktunya 1 bulan sampai 12 bulang dengan selang waktu 3 bulan. Jumlah perindividu min. Rp. 500.000,- sedang perusahaan min. Rp. 1.000.000,-.

- b. Produk pembiayaan (Lending)

Sesuai dengan kebutuhan masyarakat (nasabah), BPRS Suriyah Kudus menawarkan jasa pembiayaan berupa penyediaan pembiayaan modal usaha, kebutuhan konsumtif, dan pengeluaran-pengeluaran terkait pendidikan, kesehatan, dan lainnya.

Berikut daftar pilihan pembiayaan yang tersedia di BPRS Suriyah cabang Kudus:

1) Ib Murabahah (jual beli)

Dalam istilah fikih, murabahah berarti jual beli barang tertentu ketika penjual memberitahukan kepada pembeli apa yang dijual dan kemudian meminta keuntungan tertentu. Dengan menggunakan akad jual beli produk sesuai harga pokok ditambah margin keuntungan yang ditolak, bank dapat membiayai ib Murabahah. Bank membeli barang sesuai diminta lalu dijual pada nasabah sesuai dengan perjanjian jual beli.

Tenggak pembayaran pada iB murabahah ini, BPRS Suriyah cabang Kudus mengklarifikasi tujuan pembiayaan diantaranya:

- a. Modal kerja : maksimal 48 bulan
- b. Investasi : maksimal 60 bulan
- c. Konsumtif : maksimal 60 bulan

2) Ib Istishna

Istishna adalah jual beli dalam pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan syarat tertentu yang telah disepakati antara penjual dan pemesan. Pada umumnya jika pembeli akad istishna tidak mensyaratkan pihak bank untuk membuat sendiri barang pesannya, maka bank dapat memenuhinya terlebih dahulu dengan mengandalkan akad istishna, kemudian kedua dengan menggandeng pihak ketiga, dan kedua pihak tersebut di kontrak sebagai istishna paralel. Jika kedua belah pihak melaksanakan tanggung jawabnya, akad istishna dapat dibatalkan.⁴

Tenggak pembayaran pada iB istishna, BPRS Suriyah cabang Kudus mengklarifikasi tujuan pembiayaan diantaranya :

- a) Modal kerja : maksimal 48 bulan
- b) Investasi : maksimal 60 bulan
- c) Konsumtif : maksimal 60 bulan

3) iB Mudharabah dan iB Musyarakah

Pembiayaan berdasarkan gagasan bagi hasil antara konsumen dan bank atas pendapatan dari usaha patungan. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan yang telah dibuat.

Penerapan Pembiayaan Ib Mudharabah dan Musyarakah di BPRS Suriyah Cabang Kudus:

⁴ BPRS Suriyah Kudus, “Produk”, BPRS Suriyah, 2018

- a. Modal
 - 1) Pembiayaan tunai atau bentuk barang
 - 2) Pembiayaan berupa uang perlu diterterakan jumlahnya
 - 3) Karena pembiayaan diberikan berupa produk, maka barang diberikan harus dinilai dengan nilai pasar yang wajar.
 - 4) Dana hanya disediakan untuk tujuan bisnis tertentu yang disepakati bersama.
 - 5) Pemberian modal diberikan secara penuh atau berkelanjutan
 - 6) Jika modal diberikan berkelanjutan maka perlu tahapan yang jelas sesuai yang disepakati.
- b. Pengembalian modal
 - 1) Untuk pinjaman tenggak waktu sampai dengan 1 tahun, pengembalian modal bisa dihitung berdasarkan arus kas masuk usaha nasabah.
 - 2) Untuk pinjaman tenggak waktu lebih dari satu tahun, pengembalian dilakukan dengan berkala aliran arus kas masuk nasabah.
- c. Jaminan

Untuk memberikan kepercayaan bank bahwa nasabah akan memenuhi tanggung jawab keuangan yang dihasilkan dari pengaturan jaminan, pelanggan harus memberikan agunan atau jaminan. Dalam mengantisipasi dampak kerugian, bank bisa meminta konsumen untuk menjaminkannya.⁵

4. Tabungan Simpanan Pelajar BPRS Suriyah Kudus

Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) merupakan inisiatif BPRS Suriyah yang terwujud berkat kerjasama antara bank dan institusi pendidikan. Sebelumnya pihak bank telah mengirimkan surat permohonan kepada lembaga yang menjadi rujukan bank tersebut untuk meminta bantuannya dalam penawaran produk tabungan ini. Jika pihak sekolah menolak, maka pihak bank tidak boleh memkasanya. Apabila kesepakatan tersebut disetujui maka selanjutnya, pihak sekolah akan mempromosikan penawaran produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) kepada orang tua siswa.⁶

⁵ BPRS Suriyah Kudus, "Produk", BPRS Suriyah, 2018.

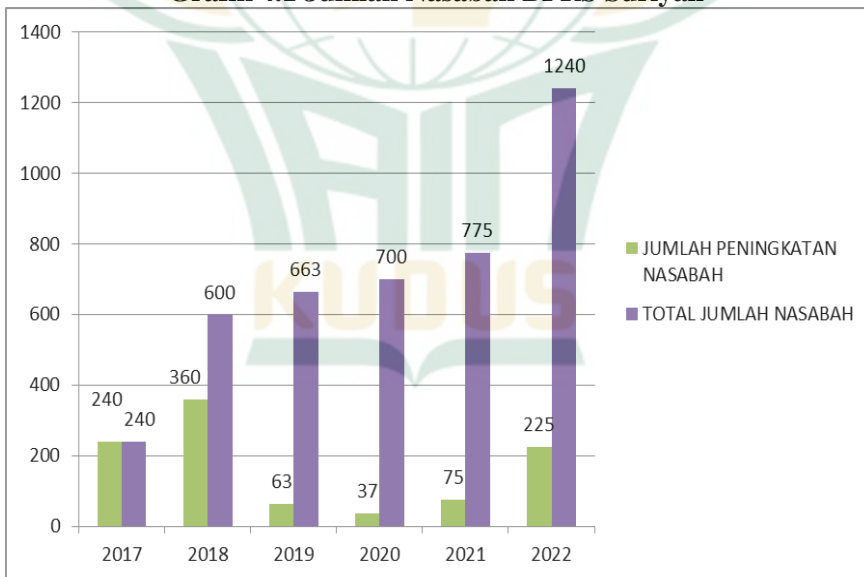
⁶ A Rachman et al., "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah Ib Pada Btk Kcps Tangerang,"

Tabungan ini diperuntukkan bagi sekolah atau siswa dimana penarikan dan penyetoran untuk Taman Kanak-Kanak (PAUD), SD/MI, SMP/MTs, SMA/MA, atau siswa sejenis lainnya dapat dilakukan kapan saja sesuai kebutuhan. Tetapi BPRS Suriyah Kudus bekerja sama dengan TK dan Sekolah Dasar atau Madrasah Ibtidaiyah.

Diantara lain karakteristik Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) adalah :

- 1) Pembukaan rekening dilakukan atas kerjasama pihak bank dengan sekolah
- 2) Bank menjadi penerima titipan dana dari nasabah, serta dapat mengelola atau memanfaatkan dana titipan tersebut.
- 3) Setoran awal yang sangat terjangkau dengan saldo minimal Rp. 10.000,- dan selanjutnya minimal Rp. 2.000,- dan saldo mengendaap minimal Rp. 1.000,-
- 4) Bonus dapat diberi apabila saldo minimal mencapai Rp. 500.000,- per semester dan diberi pada nasabah.
- 5) Penutupan rekening menelan biaya Rp. 1.000,- ditanggung nasabah.⁷

Grafik 4.1 Jumlah Nasabah BPRS Suriyah



Madani Syari'Ah : Jurnal Pemikiran Perbankan Syari'Ah 5, no. 1 (2022): 43–58, <https://stai-binamadani.e-journal.id/Madanisyariah/article/view/372>.

⁷ SOP PT BPRS Suriyah Kantor Cabang Kudus

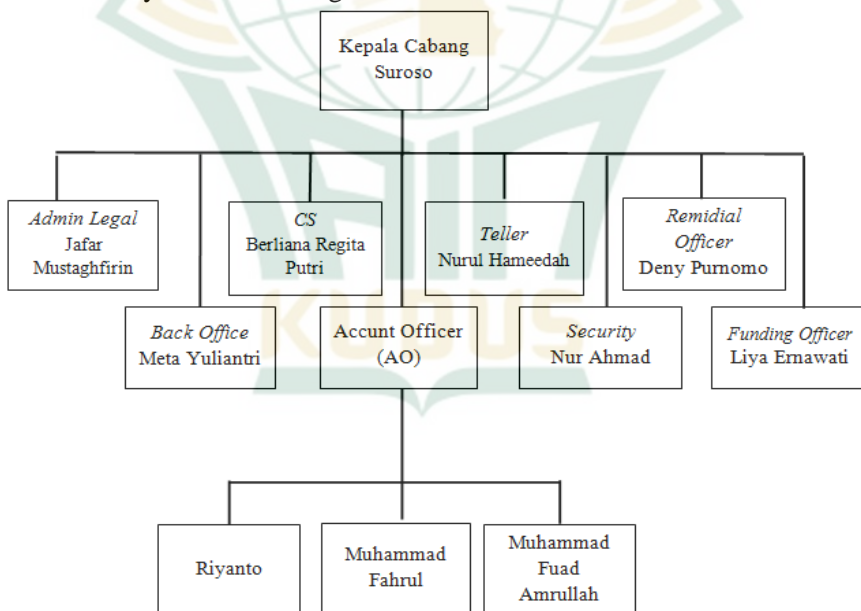
5. Landasan Hukum Pendirian BPRS Suriyah Kantor Cabang Kudus

Pendirian BPRS Suriyah kantor cabang Kudus berlandaskan :

- a. SK oleh BI Purwokerto No. 12/56/Dpbs/Pwt pada 06 Oktober 2010
- b. Akta pendirian BPRS Suriyah yang di sah kan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI kepada wilayah jawa tengah pada tanggal 31 Januari 2005, dengan NPW 02.158.055.0.522.000
- c. Akta pendirian BPRS Suriyah yang disahkan pada 31 Januari 2005 oleh Menteri Hukum dan HAM RI dengan NPW 02.158.055.0.522.000
- d. Terdaftar pada 16 Desember 2009 di Kantor Pendaftaran Perusahaan Kabupaten Cilacap No. 176/RUB-11.08/XII/2009 sesuai No. 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Usaha dan No. TDP 11.08.1.65.00614.⁸

6. Struktur Organisasi BPRS Suriyah Kantor Cabang Kudus

Berikut merupakan struktur organisasi yang dimiliki BPRS Suriyah Kudus sebagai berikut :⁹



Sumber : Dokumentasi BPRS Suriyah Kudus

⁸ PT. BPRS Suriyah Kantor Cabang Kudus, <https://www.banksuriyah.com/diakses> tanggal 11 Maret 2023

⁹ Hasil Dokumentasi Peneliti BPRS Suriyah Kudus, 11 Maret 2023

Keterangan :

Kepala cabang	: Suroso
Admin Legal	: Jafar Mustaghfirin
Back Office	: Meta Yuliantri
Customer Service	: Berliana Regita Putri
Teller	: Nurul Hameedah
Account Officer	: Riyanto, Muhammad Fahrul, dan Muhammad Fuad Amrullah
Remedial Officer	: Deny Sigit Purnomo
Funding Officer	: Liya Ernawati
Security	: Nur Ahmad

Dari struktur organisasi diatas BPRS Suriyah menunjukkan adanya hubungan jabatan yang lebih tinggi yaitu seluruhnya harus melakukan tugasnya sesuai dengan pengarahan dari Kepala BPRS Suriyah Kudus. Sedangkan garis putus menandakan adanya koordinasi antar bagian, sehingga tidak terjadi keterlambatan komunikasi. Berikut adalah peran dari setiap bagian yaitu :

1. Tugas, wewenang dan tanggung jawab Kepala atau Pimpinan Cabang diantaranya :
 - a. Dalam lingkup tanggung jawab kantor cabang Kudus mewakili direksi dan perseroan atas nama pihak lain dan pihak-pihak yang terkait dengan kantor cabang kudus.
 - b. Bertanggung jawab atas operasional kantor cabang dan yang melibatkan nasabah baik internal maupun eksternal.
 - c. Membuat dan menyarankan kebijakan kantor cabang untuk rencana tahunan yang telah disahkan oleh dewan komisaris dan direksi untuk memenuhi tujuan perusahaan dan menjaga kelangsungan operasional.
 - d. Mempersiapkan dan menyerahkan rencana kerja tahunan dan proposal anggaran data untuk persetujuan dewan.
 - e. Mengajukan kepada direktur mengenai laporan neraca, laba rugi tahunan, dan laporan lainnya untuk mengetahui bagaimana kinerja kantor cabang Kudus.
 - f. Penggunaan formulir dan dokumen lainnya dalam transaksi di kantor cabang harus mendapat persetujuan.
 - g. Menyetujui dan memutuskan jumlah maksimum pinjaman yang akan ditawarkan.
 - h. Menyetujui pengeluaran biaya rutin maksimum.
 - i. Mengamankan aset bisnis untuk menjaga dari risiko kebakaran, pencurian, serta kerusakan.

2. Tugas, wewenang, dan tanggung jawab *customer service* meliputi:
 - a. Menangani dan menyelesaikan keluhan pelanggan terkait ketidakpuasan nasabah terhadap layanan yang ditawarkan.
 - b. Layanan seperti pembukaan rekening tabungan, giro, penerimaan deposito, adalah contoh layanan untuk nasabah.
 - c. Menerima, melayani, dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan.
 - d. Membantu nasabah dalam melakukan proses pembukaan rekening tabungan dan deposito
 - e. Membantu nasabah dalam melakukan proses penutupan rekening tabungan maupun deposito
 - f. Membantu nasabah membuat dan menutup rekening tabungan dan deposito
 - g. Menyediakan informasi mengenai simpanan saldo.
 - h. Menerima berkas permohonan pembiayaan calon debitur.
 - i. Memberikan materai untuk perjanjian pembiayaan dan slip setoran dan bertanggung jawab atas pemeliharannya.
 - j. Menyimpan surat masuk dan keluar serta memo internal dalam arsip
 - k. Bertanggung jawab untuk memberikan layanan pelanggan yang sangat baik untuk transaksi tunai seperti menerima uang yang disimpan di tabungan, deposito, angsuran pembiayaan, atau biaya terkait kantor lainnya.
3. Tugas, wewenang, dan tanggung jawab *teller* meliputi :
 - a. Mengelola uang kas
 - b. Bertanggung jawab untuk memberikan layanan pelanggan yang sangat baik untuk transaksi tunai, termasuk mengumpulkan simpanan, pinjaman, atau biaya terkait kantor lainnya.
 - c. Menerima, mengatur, dan menghitung uang dengan teliti untuk setoran tunai dari nasabah dan penarikan tunai nasabah
 - d. Menyortir uang masuk dan keluar
 - e. Menyiapkan dan mengatur pengeluaran kas untuk keperluan dopping dana pembiayaan dan pembiayaan lain yang disetujui manager.
 - f. Mencocokkan jumlah uang yang sebenarnya dengan saldo akhir kas.

- g. Melengkapi laporan pertanggung jawaban kas di penghujung hari.
 - h. Memeriksa slip setoran dan pengeluaran yang tercatat di buku teller dan sesuai jumlah uang.
 - i. Membuat jurnal disetiap akhir kas
 - j. Pada akhir dan awal hari laporan pertanggung jawaban kas oleh teller dimintakan tanda tangan kepada manajer sebagai periksa atau kondisi uang
 - k. Manajer diminta untuk menandatangani laporan pertanggung jawaban kas oleh teller sebagai cek kondisi uang pada awal dan akhir hari.
 - l. Teller mencocokkan tangan slip penarikan tabungan dan deposito harus sesuai dengan yang ada di kartu tanda tangan yang sudah digunakan.
4. Tugas, wewenang, dan tanggung jawab *account officer* meliputi :
- a. Memberi pelayanan pembiayaan dengan baik
 - b. Melakukan studi pembiayan pada penerimaan penawaran
 - c. Melakukan kunjungan langsung ke calon nasabah guna menilai kelayakan nasabah.
 - d. Melakukan pembinaan nasabah antara lain penagihan tergolong lancar, kurang lancar, diragukan maupun macet
 - e. Melangsungkan pengembangan nasabah, termasuk penagihan termasuk lancar, kurang lancar, dipertanyakan, atau bermasalah.
 - f. Verifikasi bahwa semua permintaan pendanaan telah ditangani
 - g. Memastikan bahwa analisis pembiayaan diselesaikan secara akurat.
5. Tugas, wewenang, dan tanggung jawab *back office* meliputi :
- a. Bertanggung jawab atas pembukaan dan pemeliharaan buku harian, bulanan, serta laporan uang.
 - b. Pindah bukuan, penyusutan, dan kegiatan lain yang tidak berbasis kas.
 - c. Melaksanakan tugas yang bukan merupakan tanggung jawab utama yang diberikan untuk menunjang kegiatan bank.
6. Tugas, wewenang dan tanggung jawab *remidial* meliputi :
- a. Mengambil pembayaran cicilan tabungan atau kredit.
 - b. Bertanggung jawab atas pembayaran refund.
 - c. Mengevaluasi kelayakan pengajuan pembiayaan nasabah.

- d. Menerbitkan faktur pada nasabah yang telah membayar atau akan membayar.
- 7. Tugas, wewenang dan tanggung jawab admin legal meliputi :
 - a. Memverifikasi keakuratan dan kelengkapan berkas.
 - b. Membuat surat persetujuan nasabah untuk pembiayaan.
 - c. Menghubungi nasabah guna memberi informasi kendala waktu dan biaya serta informasi yang diperlukan untuk kontrak.
 - d. Buat perjanjian pembayaran
- 8. Tugas, wewenang dan tanggung jawab *funding officer* meliputi:
 - a. Memperbanyak relasi nasabah
 - b. Meningkatkan hubungan nasabah
 - c. Menginformasikan nasabah tentang kinerja keuangan perusahaan
 - d. Menerima angsuran pembiayaan
 - e. Memastikan jumlah dana deposit yang diambil sesuai dengan jumlah deposit
 - f. Mengumpulkan uang dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka
- 9. Tugas, wewenang dan tanggung jawab *security* meliputi :
 - a. Bertanggung jawab untuk memastikan bahwa area sekitar kantor aman dan tidak ada ancaman keamanan atau kejahatan yang terjadi di dalam tempat kerja
 - b. Memelihara dan mempertanggung jawabkan seluruh kekayaan bank.
 - c. Memberi sambutan nasabah dengan senyuman.
 - d. Mengawasi karyawan bank yang melakukan transaksi di bank lain dan bertugas menjaga keamanan dalam perjalanan.
 - e. Menjaga dan bertanggung jawab atas seluruh asset bank yang ada di lingkungan kantor.¹⁰
- 7. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) iB BPRS Suriyah Cabang Kudus**

Pemasaran adalah salah satu komponen yang digunakan dalam kegiatan pemasaran promosi yang tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat atau pelayanan yang diberikan oleh BPRS Suriyah Kudus. Pemasaran sangat penting

¹⁰ Hasil Dokumentasi Peneliti BPRS Suriyah Kudus, 11 Maret 2023

guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk atau jasa guna menghadapi persaingan yang kompetitif.¹¹

Kegiatan promosi merupakan tindakan perusahaan memiliki tujuan yang ingin dicapai untuk memudahkan perusahaan untuk dapat meningkatkan pemasaran produk yang dimiliki, tujuan tersebut dicapai dengan pertimbangan oleh perusahaan yang nantinya untuk menggapai niat perusahaan maju.¹²

Pada BPRS Suriyah Kudus terdapat produk yang disebut Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel), dan untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan bauran pemasaran yang terdiri dari

1. Strategi produk (*product*)

Strategi produk yang dilakukan oleh BPRS Suriyah Kudus adalah menonjolkan keunggulan Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) sehingga calon nasabah dapat melihat keuntungan dari penggunaan produk tersebut. Strategi produk adalah ketersediaan produk yang sesuai dengan situasi pasar dan difokuskan untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Selain memperkenalkan produk tabungan dan menjabarkan keuntungan dan kerugian tabungan, bank juga menghadirkan produk tabungan dimana sebelumnya telah mengajukan surat permohonan kerjasama penjualan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) ke sekolah-sekolah yang menjadi referensi bank. Sekolah tidak boleh dipaksa untuk masuk ke dalam kemitraan ini oleh bank. Jika pihak sekolah menerima usulan kerjasama tersebut, pihak bank akan melanjutkan kerjasama ini dan memberikan informasi mengenai produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Suriyah kepada orang tua siswa.

2. Strategi harga (*price*)

Penetapan harga dalam unsur bauran pemasaran BPRS Suriyah Kudus dapat dilihat sebagai akibat dari pengorbanan yang dilakukan demi memperoleh keuntungan berupa pelayanan. Pada produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) BPRS Suriyah Kudus ini pendaftaran rekeningnya yang mudah dan simpel tanpa biaya administrasi dan dikhususkan untuk

¹¹ Rachman et al., “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah Ib Pada Btn Kcps Tangerang.”

¹² Firda Fariha, *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia Dengan Nasabah Non Muslim: Pendekatan Integrated Marketing Communication*, 2021. Hlm 78

anak sekolah yang belum mempunyai KTP sudah dapat membuat rekening tabungan sendiri.

3. Strategi tempat (*place*)

BPRS Suriyah menjadi tempat yang sangat penting untuk mengidentifikasi sasaran yang diinginkan. Strategi tempat merupakan sebuah kegiatan untuk memasarkan produk pada nasabah dengan tujuan saluran distribusi. Lokasi BPRS Suriyah sangat strategis dengan pusat belanja, dan mudah dari jangkauan masyarakat diperkotaan dengan letak kantor strategis, berada sebrang jalan dan sebelah pasar Bitingan Kudus dengan penduduk yang padat, sehingga memudahkan bank untuk memasarkan produknya.

4. Strategi promosi (*promotion*)

Strategi promosi adalah alat yang digunakan untuk memengaruhi dan menarik perhatian pasar sasaran barang bank. Selain dikantor BPRS Suriyah Kudus melakukan *open table* ditempat yang sering dikunjungi masyarakat. Strategi promosi dari Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) ini dengan memberikan penawaran di sekolah-sekolah dan menjelaskan apa yang dimaksudkan dari tabungan ini. Penawaran kerjasama dari pihak sekolah dan pihak bank setelah disetujui dijalankan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, bahwa bagian *marketing* yang bertanggung jawab atas Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) mengambil setoran tabungan anak disekolah.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Data informan

Untuk memperoleh informasi mengenai penelitian yang dianalisis, peneliti mendapatkan informasi dari beberapa informan, diantaranya :

Tabel 4. 1 Data Informan Marketing

No	Nama	Jabatan	Lama bekerja	Kode
1	Suroso	Kepala cabang	14 Tahun	Informan 1 (I1)
2	Muhammad Fahrul	Account Officer	3 Tahun	Informan 2 (I2)
3	Lia Ernawati	Funding Officer	6 Tahun	Informan 3 (I3)

Table 4.2 Data Informan Nasabah

No	Nama	Pekerjaan	Lama Nasabah	Kode
1	Sa'idatul Akromah (wali dari Raihan Andriano Saputra)	PNS (Kepala TK)	5 tahun	Informan 4 (I4)
2	Ima Ajalna (wali dari Taskia Ananda)	Karyawan swasta	4 tahun	Informan 5 (I5)
3	Cherly Aurelia Nafisyah	Pelajar SD 1 Jati	2 tahun	Informan 6 (I6)

Sumber : Data Penelitian di olah 2023

Berdasarkan tabel diatas bahwa jumlah seluruh informan yang digunakan adalah sebanyak 6 orang yaitu 1 orang Kepala cabang, 2 orang staff *marketing*, 1 orang pelajar, 1 orang PNS, dan 1 orang Karyawan swasta. Dari data diatas informan laki-laki berjumlah 2 orang dan perempuan 4 orang.

2. Data strategi yang diterapkan dalam Strategi Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) melalui *Integrated Marketing Communication* pada BPRS Suriyah Kudus.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, peneliti mendapatkan hasil dimana dalam menyusun strategi pemasaran pada produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) melalui *Integrated Marketing Communiation* BPRS Suriyah Kudus harus menggunakan bauran pemasaran serta komunikasi terpadu dalam hal menawarkan produknya.

a. Targetting

Berdasarkan hasil interview dengan Bapak Suroso selaku Kepala cabang BPRS Suriyah cabang Kudus, mengungkapkan bahwa terkait dengan strategi pemasaran yang diterapkan di BPRS Suriyah Kudus pada produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) , sebagaimana yang telah diungkapkan Bapak Suroso sebagai berikut :

“ Target yang dituju dalam pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) utamanya ke sekolah-sekolah. Memberitahukan secara langsung *mouth to mouth* kepada anak didik tentang penggunaan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) untuk membudayakan menabung sejak dini, menghemat uang, tidak boros terhadap uang dan lebih terhitung. BPRS juga menerapkan strategi bauran pemasaran dengan 7P

(*Product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) hal ini dikarenakan indikator tersebut sangat efisien dan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menawarkan produk tabungan.”¹³

Sama dengan ungkapan Bapak Suroso diatas, Bapak Fahrul selaku *Account Officer*, beliau juga mengungkapkan :

“ Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) memang dikhususkan untuk anak-anak TK dan Sekolah Dasar. Pemasarannya secara langsung dengan mendatangi sekolah mengajak kerjasama dengan pihak sekolah dengan pihak bank terkait pengelolaan uang anak. Biasanya ada uang sekolah yang sudah dikelola pihak sekolahnya sendiri itu bisa dialihkan ke BPRS Suryah nanti dibuatkan rekening atas nama siswa sendiri dan anak-anak nantinya bis setor ke pegawai yang mendatangi sekolah.”¹⁴

Dari kedua narasumber diatas, maka bisa disimpulkan bahwa strategi pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) secara langsung (*Direct marketing*) ke sekolah-sekolah. Hal itu juga menjadi usaha dimana pihak bank harus menentukan target agar sekolah tersebut dapat mengkonfirmasi persetujuan adanya kerjasama antara pihak BPRS Suryah dengan sekolah, sehingga dilakukan langkah *marketing* dalam menentukan target nasabah. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Ibu Lia Ernawati selaku *Funding officer*, menurutnya :

“ Langkah menarik minat nasabah dengan menawarkan dan menjelaskan kelebihan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dan mengajak calon nasabah untuk dapat bergabung pada produk ini. Tentunya tak lupa untuk tetap memaksimalkan kepuasan nasabah melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah sesuai dengan sasaran.”¹⁵

¹³ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

¹⁴ Muhammad Fahrul, Wawancara Oleh Penulis, 21 Maret 2023, Wawancara 2, Transkrip

¹⁵ Lia Ernawati, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 3, Transkrip

Bapak Suroso juga menyangga hal ini yang hampir mirip, menurutnya:

“Langkah yang digunakan *marketing* dalam mempertahankan eksistensi di BPRS Suriyah ini adalah dengan tetap kompetitif menyediakan dukungan nasabah dan yang paling penting adalah memberikan pelayanan terbaik.”¹⁶

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan apabila untuk meningkatkan minat para nasabah diberikan pelayanan yang kompetitif dan maksimal sehingga kepuasan nasabah dapat terealisasi tanpa kurang suatu apapun. Penerapan strategi menggunakan bauran pemasaran pada Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) juga dilakukan.

Peneliti juga meneliti nasabah BPRS Suriyah Kudus, Ustadzah Sa'idatul Akromah yang berprofesi sebagai Pegawai menjabat sebagai Kepala TK Muslimat NU Panjang Bae Kudus, beliau mengatakan :

“Alasan tertarik menggunakan tabungan ini adalah tanpa biaya administrasi, kemudian dari fasilitas pelayanan dari kami tidak usah datang ke bank, malah pegawainya yang datang kesini, anak tinggal setor jadi tanpa ribet mengantri panjang di bank sana.”¹⁷

Adapun dari nasabah lain bernama Cherly Aurelia Nafisyah sebagai pelajar SD N 01 Jati Wetan mengatakan bahwa :

“Iya Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) ini sangat membantu siswa khususnya saya dalam menyisihkan uang saku untuk ditabung, lebih enakny kita mendapatkan buku rekening atas nama sendiri tanpa harus menunggu mempunyai KTP dulu. Fasilitas lain yakni pelayanan dari pihak bank yang datang ke sekolah jadi tidak harus ribet datang antri ke bank.”¹⁸

¹⁶ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

¹⁷ Saidatul Akromah, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 4, Transkrip

¹⁸ Cherly Aurelia Nafisyah, Wawancara Oleh Penulis, 16 Maret 2023, Wawancara 6, Transkrip

Dari kedua nasabah yang saya wawancarai dan pelajar mereka selalu diberikan pelayanan yang baik dan memuaskan sehingga target dari nasabah telah terpenuhi.

b. Segmentasi pasar

Karena meningkatnya persaingan, segmentasi pasar sangat penting untuk dilakukan. Segmentasi merupakan penempatan produk-produk perbankan untuk memberikan pembeda dari para pesaingnya. Segmentasi hari ini telah dipecah menjadi beberapa kategori untuk mempermudah segmentasi, dimulai dengan segmentasi geografis, demografis, dan gaya hidup dan diakhiri dengan mengubah perilaku nasabah. Namun BPRS Suriyah cabang Kudus hanya mempertimbangkan geografi dan demografi.¹⁹ Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti menghasilkan data berikut, Bapak Suroso sebagai Kepala cabang dari BPRS Suriyah mengatakan :

“Dari segi geografis BPRS Suriyah ini penempatannya di pusat kota jalan utama Kudus, dari segi demografis, semua segmentasi masuk karena produk-produk bank yang masyarakat butuhkan kita telah mengakomodir. Sebenarnya sasaran utama adalah nasabah yang masih sekolah karena keterkaitan Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) yang dikhususkan untuk pelajar.”²⁰

Persamaan jawaban dengan Ibu Lia Ernawati, beliau adalah *Funding officer marketing* di BPRS Suriyah Kudus, mengatakan :

“Geografis dari perkotaan sampai ke daerah-daerah yang dijangkau internet banking. Dan sedang diupayakan untuk memperluas sistem pangsa pasar akan melakukan edukasi ke sekolah-sekolah yang lebih banyak ,bahkan sampai keluar kota tidak hanya di kudus saja. Dari segi demografis beliau mengatakan porsi Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dimulai dari anak-anak TK sampai ke SMA yang belum mempunyai KTP dan masih dikatakan pelajar. Segmentasi ini dilakukan untuk

¹⁹ Abdul Pauji, M. Kholil Nawawi, and Hilman Hakiem, “Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah,” *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam* 6 (2015): 379–429.

²⁰ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

efisiensi dalam mendatangkan pemasukan bank sendiri.”²¹

Dari penjelasan kedua informan tersebut dapat dilakukan penjelasan bahwasanya Segmentasi geografis yang dilakukan BPRS Suriyah Kudus dianggap mudah dan berdekatan dengan instansi dipemerintahan. Sedangkan segmentasi demografis ke aspek anak yang masih pelajar.

c. *Marketing Mix*

Marketing mix yang digunakan dalam memperluas pangsa pasar yang digunakan dalam BPRS Suriyah Kudus sebagai berikut:

1) Produk

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Fahrul selaku *Account Officer* mengatakan :

“BPRS juga menerapkan strategi bauran pemasaran menggunakan 7P meliputi *Product* minat masyarakat yang tinggi terhadap Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) karena sistem produknya dapat meningkatkan strategi pemasarannya, *Price* dengan adanya tambahan bonus nasabah akan lebih gencar untuk menggunakan Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) , *Place* karna letak BPRS Suriyah dipusat kota maka dapat melakukan pemasaran dengan jangkauan masyarakat lebih mudah, *Promotion* lebih gencar untuk memasarkan Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) ini guna meningkatkan daya minat nasabahnya, *People* dengan mayoritas penduduk yang ada dikota memudahkan pegawai melobby sekolah-sekolah untuk menggunakan Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel), *Physical Evidence* lebih mengoptimalkan strategi daya tarik calon nasabah untuk tetap mempertahankan sistem syariah yang tinggi, *Process* mengupayakan bagaimana supaya Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dapat diketahui dan menargetkan agar tabungan tersebut dapat digunakan serta memberi manfaat.”²²

²¹ Lia Ernawati, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 3, Transkrip

²² Muhammad Fahrul, Wawancara Oleh Penulis, 21 Maret 2023, Wawancara 2, Transkrip

Jawaban yang sama pun dilontarkan oleh Bapak Suroso selaku Kepala cabang BPRS Suriyah, beliau mengatakan :

“Hal itu dikarenakan indikator-indikator tersebut sangat efisien dan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) .”²³

2) Harga

Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lia Ernawati mengatakan :

“Pembukaan rekening dengan menyetorkan setoran awal sebesar Rp. 5.000,- selanjutnya dengan menyetorkan uang Rp. 2.000,- bebas administrasi dan biaya penutupan sebesar Rp. 1.000,-“.²⁴

Pernyataan dari Ibu Lia dipertegas oleh Bapak Suroso, beliau mengatakan :

“Dengan persyaratan KK dan Foto copy KTP orangtua itu memudahkan para nasabah untuk membuka rekening produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dan biaya setoran awal cuman Rp. 5.000,- yang membuat nasabah tidak keberatan akal hal itu.”²⁵

Selain itu peneliti juga mencari informasi kesesuaian jawaban dari nasabah, menurut Ustadzah Saidatul Akromah mengatakan :

“Produk tabungan ini tidak ada administrasinya yang terpenting juga disetoran awal cuman Rp. 5.000,- itu sudah termasuk fasilitas buku rekening.”²⁶

Dengan ketiga pernyataan diatas dapat diperjelas kembali bahwasanya penetapan setoran awal pada

²³ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

²⁴ Lia Ernawati, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 3, Transkrip

²⁵ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

²⁶ Saidatul Akromah, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 4, Transkrip

Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) sebesar Rp. 5.000,- dan minimal setor selanjutnya sebesar Rp. 2.000,-.

3) Promosi

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Fahrul mengatakan sebagai berikut :

“Promosi yang dilakukan secara langsung menawarkan ke sekolah-sekolah tentang kelebihan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dan menyebarkan brosur memasang pamflet agar anak dapat mengetahui kegunaan Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dengan membaca brosur tersebut.”²⁷

Strategi promosi yang dipakai dalam mencari nasabah selain menggunakan media sosial adalah juga menggunakan media cetak, Bapak Suroso mengatakan :

“Konsep bauran pemasaran yang digunakan di BPRS ini menggunakan prinsip syariah karena dipastikan pilihan produk tepat, waktu, tempat yang tepat berbasis syariah. Yang dilakukan promosi secara *door to door* dengan memberi pengarahannya agar dapat bergabung menjadi nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) . Juga membagikan brosur dan memasang banner-banner di sekolah.”²⁸

Selain itu peneliti juga mencari informasi kesesuaian jawaban dari nasabah. Menurut Cherly Aurelia pelajar dari SD 1 Jati Wetan, mengatakan :

“Saya tau informasi Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) ini karena membaca brosur yang diberikan bapak-bapak bank kemarin yang diadakan sosialisasi oleh bank di aula sekolah.”²⁹

Promosi yang dilakukan oleh BPRS Suriyah Kudus yakni dengan pemaksimalan sosialisasi secara langsung dan

²⁷ Muhammad Fahrul, Wawancara Oleh Penulis, 21 Maret 2023, Wawancara 2, Transkrip

²⁸ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

²⁹ Cherly Aurelia Nafisyah, Wawancara Oleh Penulis, 16 Maret 2023, Wawancara 6, Transkrip

adanya media sosial maupun media cetak yang berisikan informasi tentang Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) .

4) Tempat

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Suroso, mengatakan:

“Karena perkotaan adalah pusat bisnis, maka sirkulasi keuangan yang besar ada disini. Itu memudahkan masyarakat dalam menjangkau urusan keuangan di BPRS Suriyah.”³⁰

Jawaban yang dilontarkan pak Suroso juga disangga dengan pernyataan yang diberikan Ibu Lia Ernawati, beliau mengatakan :

“Penempatan bank ada di perkotaan Jalan utama kota sehingga mudah dijangkau dikalangan masyarakat.”³¹

Dalam penempatan kantor BPRS Suriyah cabang Kudus di perkotaan, karena dekat dengan organisasi penting termasuk pemerintah, sektor kesehatan, dan bisnis untuk memaksimalkan kinerja karyawan.

5) Proses

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Fahrul, mengatakan :

“Pelayanannya dari pihak bank untuk produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) adalah menjadwalkan ke sekolah untuk menerima setoran uang tabungan dari anak, jadinya anak tidak harus jauh-jauh datang ke bank untuk antri menabung. Dan itu biasanya satu sekolah satu kali dalam seminggu.”³²

Pegawai lain juga mengatakan hal yang sama, seperti yang diutarakan oleh Bu Lia Ernawati mengatakan :

“Jadi per sekolah itu biasanya ada jadwal khusus untuk didatangi marketing bank. Kadang seminggu ada yang sekali ada yang dua kali, dan tetap terjadwal

³⁰ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

³¹ Lia Ernawati, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 3, Transkrip

³² Muhammad Fahrul, Wawancara Oleh Penulis, 21 Maret 2023, Wawancara 2, Transkrip

dengan runtut. Pelayanannya dengan datang ke sekolah menunggu anak untuk setor uang tabungannya, kenapa seminggu sekali? Biar jika mempunyai uang dapat terkumpul terlebih dahulu lebih banyak dalam waktu kurun seminggu itu.”³³

Jawaban dari Ibu Ima Ajalna, selaku orang tua dari anak Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) mengatakan :
 “Efektif, karena pegawai bank nya yang datang ke sekolah. Jadi kita tidak usah ribet mengantri di bank. Cukup dengan menyetorkan uang tabungan kita sudah mendapatkan slip bukti menabung.”³⁴

Dalam pelayanan juga diperlukan proses untuk memberikan usaha yang optimal kepada nasabah serta kepuasan nasabah. Yang dilakukan oleh BPRS Suryah adalah dengan memperhatikan waktu, kedisiplinan, cermat serta memperhatikan penampilan.

6) Orang

Dalam memberi pelayanan, karyawan harus memberi pelayanan yang baik untuk *customer*. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Fahrul mengatakan :

“Harus menguasai produk pasar, pintar dalam memasarkan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel).”³⁵

Menurut Bapak Suroso, yang harus dimiliki karyawan dalam pelayanan adalah sebagai berikut :

“ Komunikatif, intonasi yang bagus kepada nasabah, berpenampilan yang menarik, *good attitude*, membuat pelayanan yang nyaman.”³⁶

Berdasarkan hasil wawancara, individu atau SDM harus memenuhi syarat, mahir dalam beberapa tugas,

³³ Lia Ernawati, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 3, Transkrip

³⁴ Ima Ajalna, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 5, Transkrip

³⁵ Muhammad Fahrul, Wawancara Oleh Penulis, 21 Maret 2023, Wawancara 2, Transkrip

³⁶ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

berpengetahuan luas, ramah terhadap nasabah, efektif dalam berkomunikasi, dan mampu memberikan layanan yang dapat menyenangkan nasabah dengan tetap mengutamakan kenyamanan mereka.

3. Efektivitas penerapan *Integrated Marketing Communication* (Komunikasi Pemasaran Terpadu) pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) BPRS Suriyah Kudus

Strategi pemasaran suatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting, khususnya bagi BPRS Suriyah Kudus. Setiap bisnis dapat berkembang dengan bantuan pemasaran. Perencanaan juga diperlukan untuk kegiatan komersial pemasaran, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan serta memuaskan kepada konsumen.³⁷

a. Periklanan (*Advertising*)

Salah satu cara orang menggunakan komunikasi impersonal oleh BPRS Suriyah untuk mengkomunikasikan dan menawarkan produknya yakni Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel). Berdasarkan wawancara dengan Bapak Fahrul selaku *Account officer* BPRS Suriyah Kudus mengatakan bahwa :

“Kalau selama ini iklan pemasaran produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) menggunakan media sosial seperti web dan isntagram. Lain juga menggunakan media brosur, banner, dan pamflet yang biasa dipasang dijalan dan disebar di sekolah-sekolah untuk mempromosikan produk itu.”³⁸

Bapak Suroso, selaku kepala cabang BPRS Suriyah juga mengatakan pada wawancaranya sebagai berikut :

“Media yang digunakan untuk promosi antara lain ada instagram, kemudian media cetak seperti brosur, banner, pamflet. Kita pemasarannya langsung secara *door to door* dengan memberi pengarahannya ke customer tentang penggunaan Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) sehingga nasabah akan tertarik adanya hal itu.”³⁹

³⁷ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2008). Hlm 54

³⁸ Muhammad Fahrul, Wawancara Oleh Penulis, 21 Maret 2023, Wawancara 2, Transkrip

³⁹ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

Kemudian diperjelas oleh Ustadzah Saidatul Akromah selaku nasabah dari Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) , beliau mengatakan:

“Saya tahu tentang produk ini dari brosur, pas kemarin ada acara di alun-alun kudus diberikan brosur dari pegawainya kemudian setelah saya cermati kok masuk kalau di lobby di TK saya, dengan anak-anak diajari menabung sejak dini akan melatih kemandirian nya dan hemat akan penggunaan uang.”⁴⁰

BPRS Suriyah menyebarkan brosur juga ke sekolah-sekolah dan memasang banner di tempat umum juga dimana yang banyak dijangkau masyarakat khususnya untuk perhatian siswa yang masih sekolah. Media-media tersebut juga sebagai alat untuk mengkomunikasikan produk kepada nasabah dan calon nasabah. Hal tersebut dapat membuat tingkat peminat produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) tertarik untuk dapat bergabung menjadi nasabah.

b. Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Promosi adalah serangkaian insentif jangka pendek yang dimaksudkan untuk mendorong keinginan untuk mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk meninjau promosi penjualan adalah melalui komunikasi dengan penawaran. Tujuannya adalah untuk mempercepat keputusan pembelian atau memotivasi pelanggan untuk menggunakan produk tersebut.

Dalam promosi penjualan di BPRS Suriyah Kudus memberikan kemudahan bagi nasabah untuk produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dengan memudahkan proses pembukaan rekening tanpa biaya administrasi. Sehingga para *consumer* tertarik untuk menggunakan produk tabungan ini. Hal tersebut dipaparkan oleh Ibu Lia Ernawati selaku *Funding officer* yaitu :

“Nasabah kita kebanyakan anak-anak sekolah, maka dari itu dari tim marketing untuk memaksimalkan produk tabungan ini mempromosikan ke sekolah-sekolah. Supaya banyak anak yang mendaftar sebagai nasabah

⁴⁰ Saidatul Akromah, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 4, Transkrip

dari pengguna tabungan ini dengan mendekati kepada pihak sekolah diajak untuk bekerja sama.”⁴¹

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Muhammad Fahrul selaku *Account officer*, mengatakan :

“Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) ini memang mudah proses pembukaan rekeningnya, cukup dengan anak mengumpulkan FC KK dan KTP orang tua sudah dapat mempunyai rekening atas nama sendiri, juga tidak ada biaya adminnya.”⁴²

Selain itu ketika BPRS Suriyah mengadakan event sering memberikan hadiah kepada anak-anak, hal ini diungkapkan oleh Cherly Aurelia siswa SD 1 Jati wetan, mengatakan:

“Saya tertarik karena dulu pihak bank sering ngadain event-event mereka memberikan hadiah-hadiah kepada anak yang membuka rekening, dan salah satunya saya dan juga dikasih hadiah berupa tas sekolah.”⁴³

Dari hasil pemaparan mengenai wawancara diatas, selain menarik nasabah dari kemudahan dalam pembukaan rekening BPRS Suriyah juga meniadakan biaya admin dalam pendaftaran. Promosi penjualan lainnya dengan memberikan hadiah kepada nasabah yang bertujuan agar nasabah lebih tertarik dengan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) .

c. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Tujuan hubungan masyarakat adalah membangun hubungan antara perusahaan dan audiensnya dengan menciptakan kesan positif yang akan membantu produk bertahan di pasar. Hubungan masyarakat memerlukan menghasilkan minat yang menguntungkan pada perusahaan dan barang-barangnya melalui penyebaran informasi, merencanakan acara khusus, dan mendukung inisiatif liputan media pihak ketiga.

⁴¹ Lia Ernawati, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 3, Transkip

⁴² Muhammad Fahrul, Wawancara Oleh Penulis, 21 Maret 2023, Wawancara 2, Transkip

⁴³ Cherly Aurelia Nafisyia, Wawancara Oleh Penulis, 16 Maret 2023, Wawancara 6, Transkip

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lia Ernawati selaku *Funding Officer* BPRS Suriyah menyatakan bahwa :

“Dalam hubungan masyarakat kami selalu menjaga hubungan baik antara bank dengan nasabah. Setiap kali ada nasabah yang datang ke bank pasti kami tanyakan seputar kabar. Apalagi saya yang selalu berkunjung ke sekolah pasti selalu bertemu dengan siswa maupun orang tuanya sekalian berbincang terkait kabar dan perkembangan usahanya.”⁴⁴

Bapak Suroso selaku kepala cabang juga mengungkap hal yang sama mengenai hubungan masyarakat bahwa :

“Sebagai pihak bank, kita itu selalu menjalin hubungan baik dengan masyarakat ataupun nasabah. Setiap kali nasabah atau calon nasabah datang ke bank semaksimal mungkin dari kita selalu memberikan pelayanan yang terbaik. Kita juga menjalin kerjasama dengan banyak instansi sekolah.”⁴⁵

Pihak nasabah sendiri Ustadzah Saidatul menjelaskan bahwa :

“Pegawainya ramah sekali, perhatian sering menanyakan kabar ketika pas berada disekolah. Pokonya mereka ramah-ramah sekali mas.”⁴⁶

Hasil wawancara tersebut disimpulkan bahwa BPRS Suriyah didalam mengaplikasikan *Integrated Marketing Communication* dengan menjalin keakraban dan hubungan baik antar pihak bank dan nasabah dengan ramah menanyakan kabar saat mereka datang ke bank ataupun pihak bank mengunjungi ke sekolah.

d. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Pemasaran langsung merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan dengan cara personal pada target pasarnya untuk memperoleh respon dan transaksi. Pemasaran langsung merupakan pengguna saluran langsung untuk

⁴⁴ Lia Ernawati, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 3, Transkrip

⁴⁵ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

⁴⁶ Saidatul Akromah, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 4, Transkrip

menjangkau produk ke pelanggan. Pemasar langsung dapat menjangkau calon pelanggan seperti dengan menggunakan media surat langsung, telemarketing, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Suroso, selaku Kepala cabang BPRS Suriyah Kudus beliau mengatakan:

“Pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) adalah menggunakan sistem *door to door* dengan bertemu ke orangnya langsung. Selain bertemu langsung pegawai juga bisa bersilaturrehmi dengan calon nasabah memberikan informasi terkait dengan tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) tersebut.”⁴⁷

Seperti halnya yang dijelaskan oleh Ibu Ima Ajalna selaku orangtua dari nasabah tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) beliau mengatakan :

“Penawaran yang ditawarkan oleh pihak bank itu dengan *mouth to mouth* langsung menjelaskan kepada saya terkait informasi tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dan menawarkan untuk menggunakan produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) untuk masa depan sekolah anak.”⁴⁸

BPRS Suriyah melakukan pemasaran langsung yakni memberi informasi pada warga mengenai produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel). Proses komunikasi berlangsung dengan memanfaatkan data yang ada di BPRS kemudian menghubungi lewat telfon terkait perihal informasi. Memasarkan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) ke sekolah-sekolah lebih maksimal, sebab banyak sekolah menaruh tingkat kepercayaan tinggi kepada bank besar swasta lainnya. Maka kerjasama dengan sekolah dimaksimalkan dengan *deep* komunikasi terhadap nasabah agar bertahan dalam menggunakan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) .

⁴⁷ Suroso, Wawancara Oleh Penulis, 13 Maret 2023, Wawancara 1, Transkrip

⁴⁸ Ima Ajalna, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 5, Transkrip

e. Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Penjualan personal di definisikan sebagai sistem interaktif dan dialog bebas yang menggunakan satu atau lebih bentuk komunikasi media untuk menghasilkan efek respon perilaku yang terukur di setiap lokasi, dibuat untuk menghasilkan dan membangun hubungan langsung antara organisasi dengan konsumen secara individual. BPRS Suriyah memasarkan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) menggunakan penjualan pribadi dilakukan dengan melibatkan pihak internal dan eksternal. Contohnya dari pihak eksternal yakni dari mulut ke mulut bahwa jika ada satu orang yang mengetahui produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dan memakainya maka orang tersebut akan menceritakannya ke teman-teman, keluarga, atau bahkan ke tetangganya. Cara ini dirasa memungkinkan sangat cepat menyebarnya dan lebih praktis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Fahrul peneliti mendapatkan hasil wawancara sebagai berikut :

“Dengan sistem pemasaran *mouth to marketing* menawarkan produk tabungan secara langsung kepada mitra nasabah, maka akan menimbulkan perbincangan antara satu nasabah dengan nasabah yang lainnya tentang produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) jadi pemasarannya lebih meluas dengan informasi dari nasabah itu ke yang lain.”⁴⁹

Peneliti juga meneliti nasabah BPRS Suriyah, Cherly Aurelia Nafisyia sebagai siswa kelas VI SD 1 Jati, mengatakan:

“Sebelum mengetahui tentang produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) ini saya tahu informasi dari teman sebangku saya, bahwa dengan menggunakan produk ini akan mengembangkan pengelolaan uang yang lebih terperinci dan tidak boros. Kan itu termasuk budaya menabung sejak kecil.”⁵⁰

⁴⁹ Muhammad Fahrul, Wawancara Oleh Penulis, 21 Maret 2023, Wawancara 2, Transkrip

⁵⁰ Cherly Aurelia Nafisyia, Wawancara Oleh Penulis, 16 Maret 2023, Wawancara 6, Transkrip

Adapun dari nasabah lain bernama ibu Ima Ajalna sebagai orang tua dari nasabah tabungan Simpanan Pelajar (Simpel), beliau mengatakan:

“Saya mngetahui informasi produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) ini dari teman saya yang kebetulan mengajar juga di TK anak saya bersekolah, beliau menjelaskan tentang kegunaan tabungan itu dan saya akhirnya membukakan rekening anak saya, itu juga untuk kebaikan masa depan dia lanjut sekolah besok.”⁵¹

BPRS Suriyah sering mengadakan *event-event* terkait Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dengan kegiatan membuka *stand* didaerah tertentu pada waktu tertentu. Pada saat kegiatan tersebut diadakan dari pihak BPRS Suriyah Kudus seperti *weekend banking* dengan melakukan *open stand* atau *open table* di beberapa tempat disaat tertentu, mengunggulkan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) untuk dapat menarik minat masyarakat sekitar khususnya anak yang masih bersekolah.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis penerapan Strategi Pemasaran pada produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) melalui *Integrated Marketing Communication* pada BPRS Suriyah Kudus

Dalam mencapai laba yang ditargetkan, upaya pemasaran sangat penting bagi operasional bisnis BPRS dan lembaga keuangan. Untuk mencapai tujuan yang ditargetkan, upaya pemasaran BPRS dan lembaga keuangan harus dikoordinasikan dan diarahkan. Merencanakan strategi pemasaran yang sukses dalam skenario ini dan membantu bisnis dan lembaga keuangan untuk bersaing dan mempertahankan keberadaan pasar.⁵²

Untuk bersaing dalam pemasaran barang dan jasanya, BPRS Suriyah memerlukan rencana pemasaran. Produk Tabungan Simpanna Pelajar (Simpel) merupakan salah satu produk yang telah diperkenalkan oleh BPRS Suriyah. Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) diperuntukkan khusus anak atau calon anggota,

⁵¹ Ima Ajalna, Wawancara Oleh Penulis, 15 Maret 2023, Wawancara 5, Transkrip

⁵² Serian Wijianto, *Pengantar Enterpreunership* (Jakarta: Jakarta Grasindo, 2009). Hlm 170

untuk memudahkan perencanaan biaya sekolah dengan menyimpan dananya di BPRS Suriyah.

Penetapan strategi dimulai dari perusahaan yang harus dulu melihat pangsa pasar sehingga target pasar yang akan disasar dan sejauh mana prospek yang diharapkan untuk mencapai tujuan BPRS Suriyah ini. Penerapan strategi marketing BPRS Suriyah pada produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) perlu dibuat dengan tepat dan sesuai dengan kondisi masyarakat agar tercapai tujuan yang diinginkan.

a) Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah praktik membagi calon pelanggan menjadi kelompok berdasarkan kebutuhan, preferensi, dan pola pembelian bersama mereka. Dengan segmentasi pasar, BPRS dapat lebih berkonsentrasi pada alokasi sumber daya, memberikan gambaran bisnis untuk menilai potensi, dan mengetahui strategi pemasaran yang efisien. Segmentasi pasar dalam situasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan geografis, demografi, psikologis, baik secara tunggal maupun kombinasi.⁵³

Berdasarkan hasil wawancara oleh peneliti, yang dilakukan BPRS Suriyah cabang Kudus dalam segmentasi pasar yakni sebuah tahap pertama bagaimana BPRS bisa bersaing dan menggugah rasa ingin tahu anggota dan nasabah yang akan dijadikan target produk oleh Simpanan Pelajar (Simpel). BPRS tidak membatasi segmentasi demografi berdasarkan jenis kelamin, ras, agama, atau kelas sosial ekonomi. Karena produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) adalah perencanaan keuangan untuk perkiraan biaya sekolah, pendidikan, sekolah, TK, TPA, SD, SMP, dan SMA berhak menggunakannya. Tanpa perencanaan keuangan yang baik, dana yang seharusnya digunakan untuk biaya sekolah malah digunakan untuk biaya lain. Sedangkan BPRS Suriyah Kudus menasar anggota yang berada di wilayah Kudus, Jepara, Purwodadi, dan daerah-daerah yang terdekat di kantor BPRS Suriyah berada.

b) Target pasar

Target pasar produk Tabungan Siswa (Simpel) BPRS Suriyah Kudus adalah semua pasar baik secara geografis maupun demografis dengan fokus mitra yang memiliki anak

⁵³ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011). Hlm 87

yang masih bersekolah dan membutuhkan pendidikan serta berdomisili di wilayah Kudus dan sekitarnya. Produk Tabungan Siswa (Simpel) membantu orang tua menganggarkan biaya sekolah agar anaknya memiliki masa depan yang lebih baik karena dikembangkan sebagai solusi atas tantangan perencanaan keuangan yang dihadapi orang tua.

Untuk produk Tabungan Simpanan pelajar (Simpel), BPRS Suriyah Kudus menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari komponen-komponen berikut untuk mencapai target pasar yang diinginkan:

1) Strategi Produk

Strategi produk adalah metode memilih dan menawarkan produk yang ideal untuk target pasar untuk menyenangkan konsumen dan meningkatkan pendapatan perusahaan jangka panjang melalui peningkatan penjualan dan pangsa pasar.⁵⁴ Dengan menonjolkan keunggulan produk simpanan pelajar (Simpel), BPRS Suriyah berharap dapat merekrut mitra dan membuat nasabah merasa diuntungkan dengan ketersediaan produk dan mampu memenuhi permintaan dan keinginan pasar sasaran. Produk ini memiliki keunggulan menawarkan kemudahan dan fasilitas dalam pembuatan rekening. Selain itu, tersedia sistem jemput bola dan sistem simpanan tabungan.

2) Strategi Harga

Komponen bauran pemasaran yang mendorong biaya dan pendapatan penjualan adalah harga. Terlepas dari kenyataan bahwa harga merupakan masalah penting, banyak bisnis yang sangat baik dalam memecahkan masalah melalui penetapan harga. karena menghasilkan laba dan menaikkan level perusahaan di pasar.⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara BPRS Suriyah di mana penetapan harga menganut perusahaan pusat, hal tersebut untuk harga yang diberikan telah disamakan yakni dengan setoran awal sebesar Rp. 10.000 kemudian setoran selanjutnya Rp. 5.000 biaya administrasi rekening Rp. 1.000 perbulan. Fasilitas yang diberikan oleh BPRS nasabah menerima buku tabungan rekening atas nama

⁵⁴ Sofyan Assauri. Hlm 175

⁵⁵ Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran : Dasar Konsep Dan Strategi* (Jakarta: Rajawali, 2012). Hlm 171

sendiri dan mendapat bonus tabungan yang besarnya sesuai kebijakan bank.

3) Strategi Distribusi

Pengiriman barang dari produsen ke konsumen pada waktu yang tepat dikenal sebagai distribusi. Oleh karena itu, salah satu strategi pemasaran terpadu yang juga mempertimbangkan distribusi fisik dan pemilihan saluran pemasaran adalah kebijakan distribusi.

Dalam hal ini, BPRS Suryiah menggunakan sistem jemput bola sebagai bagian dari strategi distribusinya dengan mitra kunjungan. Dalam kapasitas ini, BPRS bekerja sama dengan instansi sekolah.

Lokasi kantor yang diperkotaan memudahkan pemasaran untuk terhubung dengan distributor dan mitra pemasaran produk Simpanan Pelajar (Simpel). Tujuan menarik nasabah sebanyak mungkin dan mampu mempertahankan anggota saat ini kemungkinan besar dapat dicapai dengan lokasi yang strategis.

4) Startegi Promosi

Promosi adalah alat yang digunakan BPRS untuk mempengaruhi dan menginformasikan pasar agar pasar mengetahui barang-barang yang ditawarkan BPRS. Beberapa contoh kegiatan promosi adalah promosi penjualan, penjualan pribadi, dan periklanan.⁵⁶

Berikut adalah teknik promosi yang dilakukan BPRS Suryiah Kudus untuk menjual produk tabungan siswa (Simpel):

a. Penjualan personal

Pegawai, khususnya bagian pemasaran BPRS Suryiah Kudus, utamanya melakukan upaya personal sales untuk mempengaruhi dan menawarkan secara langsung calon mitra. Dalam hal ini melibatkan hubungan langsung antara perusahaan dengan konsumen sehingga menimbulkan respon akrab yang diberikan kepada calon nasabah.

b. Periklanan

Iklan digunakan untuk menciptakan persepsi jangka panjang tentang metode yang efektif untuk menjangkau banyak anggota potensial, baik di kota maupun di pedesaan. Cara promosi yang digunakan BPRS untuk

⁵⁶ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*. Hlm 176--177

mengiklankan Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) antara lain dengan memasang spanduk, pamflet, dan brosur di tempat-tempat yang menonjol. Selain itu, BPRS Suriyah Kudus menggunakan platform media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* untuk melakukan pemasaran melalui website dan media elektronik.

c. Promosi penjualan

BPRS Suriyah Kudus menggunakan promosi penjualan untuk menarik mitra baru dengan membagikan pernak-pernik seperti tas, payung, pulpen, dan barang lainnya. BPRS memberikan hadiah berupa barang yang dapat diminta sesuai anggaran yang dimiliki BPRS dan jenis hadiah yang diberikan atau dicari sesuai dengan jumlah saldo nasabah sementara untuk menjaga loyalitas arus mitra.

d. *Service Exellent* (Pelayanan sesuai harapan)

Tujuan dari layanan yang baik adalah untuk memberikan layanan yang luar biasa, cepat, dan tepat sesuai dengan permintaan nasabah sambil memanfaatkan rencana untuk mempromosikan dan memengaruhi minat nasabah. Untuk menjaga mitra, memfasilitasi pemasaran, dan mempertahankan daya saing yang tinggi, BPRS Suriyah berupaya untuk terus meningkatkan proses pelayanan. Dengan semakin banyaknya pihak yang memasarkan tabungan Simpanan Pelajar (Simpel), BPRS akan memiliki lebih banyak pilihan untuk memenuhi tujuan pemasaran karena memperluas jaringan kemitraan yang menguntungkan dan sesuai syariah.⁵⁷

Berdasarkan hasil yang diteliti diatas bahwa produk yang ditawarkan oleh BPRS Suriyah yakni Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dengan menggunakan penerapan *Integrated Marketing Communication* merupakan salah satu cara yang ampuh untuk menyampaikan pesan sebuah produk kepada khayalak, disamping untuk mempromosikan BPRS pun ingin menumbuhkan citra baik kepada masyarakat. Pendekatan BPRS untuk menarik nasabah agar menggunakan produk yang ditawarkan, maka dari itu pemasaran menggunakan komunikasi terpadu ini efektif sebagai strategi penjualan

⁵⁷ Makhalul Ilmi, *Teori Dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2002). Hlm 61

produk dengan cara meningkatkan untuk mendapatkan nasabah.

Hasil penelitian data diatas, Strategi pemasaran produk Tabungan sudah sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti Imaniatul, Nursamsi, dan Khoirul Muttain menyatakan bahwa strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan menggunakan marketing yang baik. Untuk strategi promosi menggunakan sistem jemput bola yang memudahkan konsumen dimana nasabah tidak harus menyetorkan uangnya di bank karena pegawainya yang datang mengambil setoran. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan meliputi strategi yang diterapkan menggunakan sistem jemput bola, tetapi penelitian terdahulu juga terdapat perbedaan yakni tidak menerapkan komunikasi pemasaran (*Integrated Marketing Communication*) yang telah diterapkan pada penelitian ini. Sehingga penelitian ini efektif dalam menerapkan pemasaran produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) karena berakibat pada penggunaan produk yang signifikan oleh nasabah.

Dalam penelitian sebelumnya strategi pemasaran terdapat segmentasi pasar, target yang dituju, dan posisi penetapan. Sedangkan penelitian ini menambahkan penerapan komunikasi terpadu terintegrasi agar dapat memaksimalkan promosi kepada target yang dituju. Dengan adanya *Integrated Marketing Communication* maka perbaikan lebih maksimal terhadap perkembangan teknologi untuk kegiatan promosi secara langsung ataupun tidak langsung.

2. Efektivitas penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) pada penggunaan Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) BPRS Suriyah Kudus.

Perencanaan, penetapan harga, promosi, dan distribusi barang dan jasa yang menyenangkan kepada pelanggan adalah semua operasi perusahaan yang berhubungan dengan pemasaran.⁵⁸ Komunikasi pemasaran, biasanya disebut sebagai komunikasi pemasaran, adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan strategi komunikasi untuk mencerahkan audien untuk mencapai tujuan perusahaan, terutama meningkatkan pendapatan atau

⁵⁸ Zuhrinal M Nawawi, *Pengantar Bisnis* (Medan: Perdana Publishing, 2015). Hlm 78

memanfaatkan layanan atau memperoleh barang yang disediakan.⁵⁹

a. Periklanan (*Advertising*)

Membangun kesadaran pelanggan terhadap barang yang diiklankan atau dipromosikan dilakukan melalui periklanan. Untuk menginformasikan kepada masyarakat akan keberadaan suatu produk di dalam perusahaan, metode komunikasi periklanan dapat berbentuk visual maupun non visual melalui media elektronik maupun media cetak.⁶⁰

Dalam penerapannya BPRS Suriyah Kudus menggunakan media sebagai berikut :

1) Media Elektronik

Media elektronik meliputi media sosial internet seperti *web, facebook dan instagram.*

2) Media Cetak

Media cetak ini meliputi banner dan brosur. Biasanya diletakkan ditempat-tempat umum dimana BPRS Suriyah Kudus bekerja sama dengan sekolah-sekolah dan sejenisnya. Kemudian media cetak brosur ditaruh di bank atau ketika sedang mengadakan event brosur di sebarakan ke orang-orang. Dengan seperti itu maka promosi akan lebih cepat tersalurkan.

Gambar 4.1 Event Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) BPRS Suriyah Kudus



⁵⁹ Kennedy, Soemangara, and M. Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran* (Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2019). Hlm 7

⁶⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 2nd ed. (Jakarta: PT Prenhallindo, 2000). Hlm 202

Pemakaian media iklan bertujuan memperkenalkan produk yang ada BPRS Suryah Kudus terutama produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel). Informasi ini ditunjukkan di media iklan dengan sebenarnya tanpa adanya unsur melebihkan demi menarik minat nasabah. Tujuannya untuk memberikan informasi mengenai produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) sehingga merangsang dan meyakinkan nasabah agar dapat bergabung produk tersebut.

Dalam menjalankan *Integrated Marketing Communication* dengan teknik periklanan BPRS Suryah memberi informasi sesuai dengan aslinya, karena salah satu prinsip periklanan adalah adanya kejujuran. Bahwa kegiatan periklanan yang dijalankan BPRS Suryah Kudus harus benar sesuai dengan kenyataan yang tidak di lebih-lebihkan atau di kurang-kurangkan, periklanan tersebut tujuannya untuk menarik minat para nasabah.

b. Promosi Penjualan (*sales promotion*).

Promosi penjualan adalah metode yang menggunakan media komunikasi untuk menghasilkan efek reaksi perilaku yang dapat diamati di mana-mana. Kontak langsung memungkinkan terciptanya dan berkembangnya ikatan antara BPRS yang mempromosikan barang dan nasabah tertentu.⁶¹

Saat ada event, pendekatan promosi penjualan produk adalah dengan menawarkan harga yang wajar, prosedur transaksi yang mudah, dan tambahan *award*, seperti yang dilakukan oleh BPRS Suryah Kudus untuk produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel). Untuk menarik calon nasabah bank agar bertransaksi di BPRS Suryah Kudus dengan menggunakan strategi promosi penjualan. Kegiatan yang meningkatkan aliran produk atau jasa dari produsen ke penjualan akhir secara kolektif disebut sebagai promosi penjualan.

Jadi jika dalam konteks promosi penjualan atau *sales promotion* ini, sebagai suatu perusahaan terutama BPRS Suryah Kudus dalam menjalankan promosi penjualan tidak ada niatan merugikan. Promosi penjualan dilakukan untuk membujuk konsumen agar menggunakan barang yang

⁶¹ Desy Satriana Anas, "Strategi Integrated Marketing Communication Dalam Peningkatan Brand Awareness," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 23, no. 2 (2019): 84–86.

disediakan. Sebab bagaimanapun telah dikatakan bahwa promosi ini bermaksud menawarkan produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dengan harga terjangkau, dan memberikan bonus hadiah kepada nasabah yang telah membuka rekening tercepat paling awal.

c. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Tujuan dasar hubungan masyarakat adalah untuk menciptakan dan mempertahankan persepsi yang baik tentang barang-barang perusahaan di mata publik. Hubungan lembaga dengan publik diusahakan untuk bersahabat melalui hubungan masyarakat. Hubungan masyarakat memainkan peran penting dalam membina hubungan positif antara bisnis dan klien mereka di sektor bisnis, dan khususnya dalam sebuah perusahaan.⁶²

Hubungan masyarakat digunakan oleh BPRS Suriyah Kudus untuk mempromosikan barang kepada nasabah dan mempertahankan hubungan positif dengan masyarakat dan nasabahnya. Setiap kali pelanggan mengunjungi bank, anggota staf akan menanyakan kabar mereka, meyakinkan bank bahwa mereka baik-baik saja. Nasabah bank mengakui bahwa pekerja BPRS memiliki reputasi yang santun.

BPRS Suriyah Kudus sering bekerja sama dengan sekolah-sekolah dengan memberi pelayanan sopan, bagaimanapun keluhan nasabah di dengarkan dan diberikan solusi pelayanan terbaik, karena sebagai karyawan pelayanan kepada nasabah itu hal utama agar merasa puas akan *publicity* yang ada. Oleh karenanya BPRS Suriyah Kudus menerapkan konsep tersebut dalam hubungan masyarakat demi terjalin silaturahmi dan membangun hubungan baik.

d. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Pemasaran langsung adalah metode pemasaran interaktif yang memanfaatkan satu atau lebih bentuk iklan media untuk menghasilkan hasil atau transaksi yang terukur. Dalam pemasaran langsung, iklan dikirim ke orang-orang tertentu dengan harapan mereka akan menanggapi pesan

⁶² Raden Rahajeng, *Hubungan Komunikasi Internal Dan Employee Engagement Di PT PLN Area Bekasi* (Depok: Universitas Indonesia, 2012).

tersebut melalui telepon, surat, atau dengan mengunjungi pemasar secara fisik.⁶³

Dalam rangka pemasaran langsung, BPRS Suriyah menginformasikan kepada masyarakat umum tentang barang-barang yang ditawarkan oleh bank, khususnya program tabungan Simpanan Pelajar (Simpel). Memanfaatkan informasi yang dikumpulkan di kontak bank dan telepon, prosedur komunikasi dilakukan. Nasabah harus diberitahu tentang penawaran bank dan tujuan tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) mereka daripada dipaksa untuk patuh saat melakukan pemasaran langsung melalui telepon. Bank kemudian menggunakan berbagai promosi yang tersedia untuk membangkitkan minat klien pada barang yang dipasok.

e. Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Pemasaran pribadi adalah sistem *interaktif* atau percakapan yang menggunakan satu atau lebih saluran media untuk komunikasi agar memiliki dampak yang dapat dibuktikan pada respons perilaku dalam situasi apa pun. Interaksi langsung dapat mengarah pada dan memperkuat ikatan antara bisnis yang menjual barang dan pelanggan tertentu.⁶⁴

BPRS Suriyah Kudus mengiklankan produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) memakai penjualan pribadi dilakukan dengan memakai mitra *internal* dan *eksternal*. Pihak *internal* dalam melakukan *personal selling* melakukan *crosseling*. *Crosseling* diterapkan oleh *Customer service* ataupun *Teller* pada bank, namun untuk BPRS yang sering melakukan *crosseling* adalah pihak *marketing* yang datang langsung ke sekolah mengambil setoran tabungan anak, dikarenakan waktu dengan nasabah lebih lama dan lebih *fleksibel* daripada *teller* nasabah. Sedangkan dari pihak *eksternal* yakni mulut ke mulut secara langsung dengan tujuan bahwa jika ada satu orang yang mengetahui produk tabungan ini dan memakainya maka orang tersebut akan dapat bercerita kepada teman-temannya, dengan cara seperti ini dirasa BPRS lebih praktis dan cepat menyebar.

⁶³ Fruri Stevani and Ifa Khoiria Ningrum, "Streategi Integrated Marketing Communication Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Anggota Baitul Mal Wattammil Amanah 99 Bojonegoro," *Jurnal Edunomic* 6, no. 1 (2018): 2.

⁶⁴ M. Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran* (Pasuruan Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2019). Hlm 61

Hasil dari penelitian diatas digunakan dalam pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) yakni analisis *Integrated Marketing Communication* dalam penerapan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dalam praktiknya tidak terlepas dari persuasi yang akan mengenalkan nasabah untuk menggunakan produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) yang ditawarkan tersebut. Dengan mengenal baik produk yang ada di BPRS Suriyah Kudus diharapkan nasabah akan tercipta dan berakibat pada pembelian produk yang signifikan oleh nasabah. Menggunakan penerapan *Integrated Marketing Communication* atau lebih dikenal dengan komunikasi pemasaran hal yang efektif sebagai strategi penjualan produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel).

Hasil penelitian data diatas menyamai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rizky Aulia, Rini Rahayu, dan Dadang Krisdianto tentang Implementasi *Integrated Marketing Communication* pada produk Rahn dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Dalam penelitian terdahulu menjelaskan hasil implementasi produk rahn terhadap loyalitas nasabah, tetapi terdapat kekurangan yakni kurang maksimal dalam penerapan di lapangan antara lain terdapat beberapa hambatan mengenai masalah komunikasi antar pihak bank dengan nasabah adanya miss komunikasi. Dari penelitian ini semaksimal mungkin pegawai BPRS Suriyah memberikan pelayanan terbaik agar tidak terjadi miskom kepada para nasabahnya dengan penerapan komunikasi terpadu yang sering disebut *Integrated Marketing Communication*.

Dalam penelitian sebelumnya penerapan *Integrated Marketing Communication* terhadap produk menggunakan konsep jenis periklanan yang mempengaruhi brand seperti peluasan merk dan lingkungan lainnya. Sedangkan dalam penelitian ini terdapat tambahan *service excellence* yakni memberikan layanan diatas harapan yang di inginkan nasabah sesuai dengan target yang dicapai untuk menghasilkan pelayanan maksimal seperti memberikan sapa, ucapan terimakasih, memberikan saran, dan tidak segan memberi bantuan.