

BAB III

PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk *Funding* Tabungan *Wadi'ah* Salamah di BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi

1. Definisi Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* (*stratos*: militer, *agia*: memimpin). Suatu siasat dalam menjalankan suatu maksud/tujuan tertentu atas suatu prosedur yang mempunyai alternatif pada berbagai langkah.

Strategi menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹

Strategi menurut William F. Gluck adalah suatu kesatuan rencana yang terpadu dan menyalur, agar mengaitkan kekuatan perusahaan dengan lingkungan yang dihadapinya agar dapat dicapainya tujuan.

2. Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan managerial antara individu atau kelompok, agar mereka memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan penawaran dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai. (Kotler, et.al., 1996)

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pusat bahasa, Edisi 4, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008, hlm. 1340

3. Definisi Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah menentukan pasar target dan bauran pemasaran yang terkait, gambaran besar mengenai apa yang dilakukan suatu perusahaan di suatu pasar.

Sedangkan strategi pemasaran syariah adalah cara yang ditempuh dalam rangka menawarkan dan menjual kepada masyarakat produk-produk yang diwujudkan dalam bentuk tindakan dan langkah-langkah kebijakan yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah.²

4. Produk *Funding*

Penghimpunan dana di Bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*.³

a. Simpanan Giro

Undang-undang Perbankan No. 10 tahun 1998 menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan.

Adapun yang dimaksud dengan giro syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini

²MakhalulIlmi, *TeoridanPraktekMikroKeuanganSyariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, hlm. 57

³AdiwarmanA.Karim, *Bank Islam*, Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, Cet. Ke-3, 2006, hlm. 107

Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*. Fatwa DSN tentang giro yakni Fatwa DSN 01/DSN-MUI/IV/2000.

Dalam kaitannya dengan produk giro, Bank syariah menetapkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah*, yakni nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada Bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan Bank syariah yang bertindak sebagai yang dititipi dan yang disertai hak untuk mengelola dana titipan dengan tanpa mempunyai kewajiban memberikan bagi hasil dari keuntungan pengelolaan dana tersebut. Namun demikian Bank syariah diperkenankan memberikan insentif berupa bonus dengan catatan tidak disyaratkan sebelumnya.

Yang dimaksud dengan giro *Mudharabah* adalah giro yang dijalankan berdasarkan akad *Mudharabah*. *Mudharabah* mempunyai dua bentuk yakni *Mudharabah Muthlaqah* dan *Mudharabah Muqayyadah*, yang perbedaan utama diantara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada Bank dalam mengelola hartanya, baik dari sisi tempat, waktu, maupun objek investasinya. Dalam hal ini Bank bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana),

sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik dana).⁴

b. Simpanan Tabungan

Seperti halnya simpanan giro, simpanan tabungan juga mempunyai syarat-syarat tertentu bagi pemegannya, dan persyaratan masing-masing Bank berbeda satu sama lainnya. Disamping persyaratan yang berbeda tujuan nasabah menyimpan uang di rekening juga berbeda. Dengan demikian sasaran Bank dalam memasarkan produknya juga berbeda sesuai dengan sasarnya.

Pengertian tabungan menurut Undang-Undang perbankan No.10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁵

Adapun yang dimaksud tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*. Fatwa DSN tentang tabungan yakni Fatwa DSN 02/DSN-MUI/IV/2000.

⁴Adiwarman A.Karim, Op. cit, Cet. Ke-7, hlm. 339-342

⁵Kasmir, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, hlm. 65-66

Tabungan *wadi'ah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadi'ah* Bank syariah menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Dalam hal ini nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada Bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan Bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut.

Yang dimaksud dengan tabungan *Mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. *Mudharabah* memiliki dua bentuk yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*, yang perbedaan utama diantara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada Bank dalam mengelola hartanya. Dalam hal ini Bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) dan nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik dana).⁶

Di Amerika Serikat, produk tabungan ini merupakan salah satu dari produk yang diatur regulasi D yang dikeluarkan Dewan Gubernur Bank Sentral Amerika, Federal Reserve.

⁶Adiwarman A.Karim, Op. cit, Cet. Ke-7, hlm. 354-347

Di Indonesia sejak paket Deregulasi Oktober 1998 (Pakto 1998) diluncurkan, bank-bank mulai melakukan inovasi dalam produk tabungan. Inovasi dilakukan dengan mengeluarkan produk dengan nama-nama yang beraneka ragam, undian dan berbagai hadiah yang menarik. Lebih dari itu, setelah Pakto 1998 ada kecenderungan bank-bank di Indonesia menawarkan produk tabungan mereka dengan perhitungan pembayaran bunga harian, bisa diambil setiap saat, serta diberi fasilitas kartu ATM (*Automatic Teller Machine*).

Ada beberapa alat penarikan tabungan, hal ini tergantung bank masing-masing, mau menggunakan sarana yang mereka inginkan. Alat ini dapat digunakan sendiri-sendiri atau secara bersamaan. Alat-alat yang dimaksud adalah:

1) Buku Tabungan

Yaitu buku yang dipegang oleh nasabah, dimana berisi catatan saldo tabungan, penarikan, penyetoran, dan pembenanan-pembebanan yang mungkin terjadi. Buku ini digunakan pada saat penarikan, sehingga langsung dapat mengurangi saldo yang ada di buku tabungan tersebut.

2) Slip Penarikan

Merupakan formulir penarikan dimana nasabah cukup menulis nama, nomor rekening, jumlah uang serta tanda tangan nasabah untuk menarik sejumlah uang. Slip penarikan ini biasanya digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

3) Kwitansi

Merupakan bukti penarikan yang dikeluarkan oleh Bank yang fungsinya sama dengan slip penarikan, dimana tertulis nama penarik jumlah uang dan tanda tangan penarik. Alat ini juga dapat digunakan secara bersamaan dengan buku tabungan.

4) Kartu yang Terbuat dari Plastik

Yaitu sejenis kartu kredit yang terbuat dari plastik yang dapat digunakan untuk menarik sejumlah uang dari tabungannya, baik bank maupun di ATM (Automatic Teller Machine). Mesin ATM ini biasanya tersebar ditempat-tempat yang strategis.

c. Simpanan Deposito

Simpanan deposito merupakan simpanan jenis ketiga yang dikeluarkan oleh Bank. Berbeda dengan dua jenis simpanan sebelumnya, dimana simpanan deposito mengandung unsur jangka waktu (jatuh tempo) lebih panjang dan tidak dapat ditarik setiap saat atau setiap hari.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah dengan Bank.⁷

⁷*Ibid*, hlm. 80

Adapun yang dimaksud dengan deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini Dewan Syariah Nasional mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip *mudharabah*. Fatwa DSN yang mengatur tentang deposito yakni Fatwa DSN 03/DSN-MUI/IV/2000.

Dimana dalam hal ini. Bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik dana). Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib* Bank syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak ketiga.⁸

5. Gambaran Umum Produk *Funding* Tabungan *Wadi'ah* Salamah pada BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi

Tabungan *Wadi'ah* Salamah adalah salah satu produk *funding* di BPRS Ben Salamah Abadi. Dimana Tabungan *Wadi'ah* Salamah merupakan tabungan dalam bentuk simpanan dengan prinsip *wadi'ah yad dhamanah* yang dapat disetor dan dapat diambil kapan saja dengan mendapatkan hasil yang menguntungkan dari hasil usaha BPRS Ben Salamah Abadi. Dengan setoran awal Rp 10.000,- nasabah dapat membuka dan memiliki rekening tabungan salamah.

⁸Adiwarman A.Karim, Op. cit, Cet Ke-7, hlm. 351

BPRS Ben Salamah Abadi memberikan bonus kepada nasabah yang diberikan langsung ke rekening Tabungan *Wadi'ah* Salamah, untuk menjaga keakuratan dan ketetapan pelayanan Bank memakai sistem komputerisasi tabungan sebagai alasan.

a. Syarat-syarat pembukaan rekening tabungan *wadi'ah* salamah, yaitu:

- 1) Foto kopi kartu identitas
- 2) Mengisi formulir pembukaan rekening
- 3) Menyerahkan storan awal minimal Rp 10.000,-⁹

b. Persyaratan umum

- 1) Tabungan *wadi'ah* salamah diperuntukan bagi seluruh lapisan masyarakat.
- 2) Setiap penabung perorangan berhak mendapatkan buku tabungan *wadi'ah* salamah.
- 3) Bila terdapat perbedaan saldo antara buku tabungan dengan catatan pembukuan Bank, maka yang dianggap sah adalah saldo yang tercatat dalam pembukuan Bank.
- 4) Apabila buku tabungan *wadi'ah* salamah hilang, penabung harus segera melapor ke BPRS Ben Salamah Abadi, dengan menyerahkan surat pernyataan kehilangan dan bukti laporan kehilangan dari kepolisian setempat

⁹Wawancara dengan mbk Desi Evawati (Teller BPRS BSA), tanggal 12 Februari 2014

- 5) Segala kerugian atas penyalahgunaan buku tabungan *wadi'ah* salamah dalam bentuk apapun termasuk akibat hilangnya buku tabungan menjadi tanggung jawab sepenuhnya pihak penabung.
 - 6) Penabung menyatakan tunduk pada ketentuan yang berlaku pada BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi, baik saat ini maupun yang akan datang.
- c. Penyetoran, pengambilan, dan pentutupan rekening
- 1) Setoran pertama minimal Rp 10.000,- kemudian setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,-.
 - 2) Saldo minimal Rp 10.000,- dan penabung wajib mempertahankan saldo minimal.
 - 3) Penutupan rekening *wadi'ah* salamah dikenakan biaya administrasi sebesar Rp 5.000,-.
- d. Pemberian imbalan atau bonus
- 1) Tidak ada imbalan yang dipersyaratkan
 - 2) BPRS Ben Salamah Abadi akan memberikan imbalan atau bonus secara sukarela kepada penabung yang besarnya ditentukan oleh Bank setiap akhir bulan, yang dilakukan langsung pada buku tabungan *wadi'ah* salamah.¹⁰

¹⁰Buku tabungan *wadi'ah* salamah

6. Dasar hukum

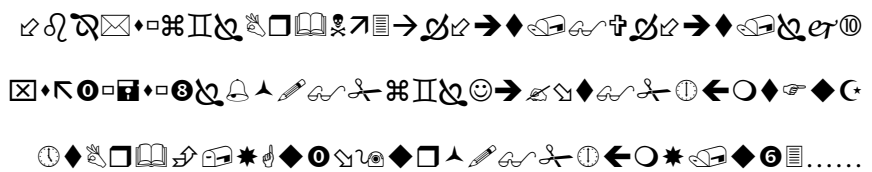
a. Al-Qur'an

- a. Ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan rujukan dasar hukum dalam penetapan akad *wadi'ah* adalah Surat An- Nisa': 58



"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya....." (An-Nisa': 58)

b. Surat Al-Baqarah: 283



".....jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercaya menunaikan amanatnya (utagnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Tuhanya...." (Al-Baqarah:283)

b. Hadist

Dalil hadits yang dapat digunakan untuk rujukan dasar hukum dalam akad *wadi'ah* yaitu:

Abu Hurairah meriwayatkan bahwa Rasulullah saw. Bersabda, *"Sampaikanlah (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu."* (HR Abu Dawud, menurut Tirmidzi hadits ini hasan, sedangkan menurut Imam Hakim mengkategorikannya sah).

7. Strategi Pemasaran Produk *Funding* Tabungan *Wadi'ah* Salamah di BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang diterapkan dapat berjalan sukses.

Ada beberapa macam cara BPRS Ben Salamah Abadi dalam memasarkan produknya, terutama dalam produk *funding* tabungan *wadi'ah* salamah tidak lepas dari 4P: *product, price, place, dan promotion*. Dan sekarang untuk pemasaran jasa para pakar pemasaran menambahkan tiga unsur lagi, yakni: *people, process, dan costumer servise*.

Adapun strategi pemasaran produk *funding* tabungan *wadi'ah* salamah pada BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi adalah sebagai berikut:

a. Product (produk)

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut. Produk berkaitan dengan apa yang akan ditawarkan kepada masyarakat atau calon nasabah. BPRS Ben Salamah Abadi menawarkan produk tabungan *wadi'ah* salamah

dimana produk ini memudahkan penggunaanya untuk diambil sewaktu-waktu. Produk ini juga memberi manfaat bagi pengguna yaitu rasa aman dalam menyimpan dana, dan dalam produk tabungan *wadi'ah* salamah juga memberikan kemudahan dalam proses menabung baik dalam penyetoran maupun penarikannya dan pada saat menjadi anggota baru.

b. Price (harga)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Akan tetapi hal terpenting adalah keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Dalam memutuskan strategi penentuan harga harus diperhatikan tujuan dari penentuan harga itu sendiri yaitu bertahan, memaksimalkan laba, memaksimalkan penjualan, gengsi atau prestis, dan pengembalian atas investasi.

Dalam produk tabungan *wadi'ah* salamah BPRS Ben Salamah Abadi akan memberikan bonus kepada nasabah setiap bulan yang besarnya di tentukan oleh pihak BPRS dari hasil usaha yang telah dilakukan dan di BPRS Ben Salamah Abadi ini tidak ada potongan setiap bulannya. Selain itu hal ini juga dapat

menarik minat bagi para calon nasabah-nasabah yang lainnya untuk ikut bergabung menjadi nasabah dan mempunyai tabungan *wadi'ah* salamah di BPRS Ben Salamah Abadi.

c. *Promotion* (promosi)

Ada beberapa cara yang dilakukan oleh BPRS Ben Salamah Abadi dalam melakukan promosi dari produk-produk yang akan dipasarkan, terutama produk *funding* tabungan *wadi'ah* salamah. Promosi yang dilakukan oleh BPRS Ben Salamah Abadi yaitu dengan sistem jemput bola yakni langsung mendatangi tempat usaha nasabah, sehingga hal tersebut dapat lebih mengakrabkan nasabah dengan karyawan BPRS Ben Salamah Abadi. Dimana nantinya karyawan akan menjelaskan produk tabungan *wadi'ah* salamah ini sesuai apa yang ada, tidak melebih-lebihkan dan sesuai syariah. Selain itu BPRS Ben Salamah Abadi juga tetap menggunakan bauran promosi yaitu:

1) Iklan

Peranan periklanan sangat penting dalam menunjang keberhasilan produk yang ditawarkan. Dengan adanya iklan yang dilakukan oleh BPRS Ben Salamah Abadi berdampak signifikan. Karena dengan iklan masyarakat akan lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh BPRS Ben Salamah Abadi.

Iklan ini dilakukan oleh BPRS Ben Salamah Abadi yaitu dengan menyebarkan brosur kepada masyarakat, dan memasang spanduk di tempat-tempat yang strategis, kemudian juga iklan di beberapa saluran radio di daerah Purwodadi dan sekitarnya.

2) Penjualan Perorangan (setiap karyawan adalah marketing)

Yaitu berarti bahwa bagaimana setiap karyawan yang ada pada BPRS Ben Salamah Abadi harus bisa menjadi seorang marketing. Baik dari Direksi sampai *office Boy* harus bisa menawarkan dan menjual produk-produk dari BPRS Ben Salamah Abadi.

3) Promosi penjualan

Promosi penjualan ini dilakukan pada saat ada momen-momen tertentu misalnya waktu ada pengajian, kumpulan karang taruna, momen pertandingan, sunatan masal.

4) *Public Relation* (Hubungan dengan Masyarakat)

Dalam menyalurkan kegiatan bisnisnya BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi tidak hanya berhubungan dengan nasabah saja, tetapi juga berhubungan dengan masyarakat luas dan kepentingan public yang lebih besar. Dan hubungan dengan masyarakat ini dilakukan dengan cara mengikuti kegiatan yang diadakan oleh masyarakat sekitar serta menyumbang dana

ketika mereka membutuhkan dana dan ikut serta dalam pembangunan masjid atau mushala.

5) Informasi dari mulut ke mulut

Dalam hal ini peranan nasabah sangat penting dalam mempromosikan produk tabungan *wadi'ah* salamah dari BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi. Dengan kata lain nasabah tersebut akan berbicara kepada nasabah lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam memakai produk tersebut, sehingga informasi dari mulut ke mulut ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran produk tabungan *wadi'ah* salamah dari BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi.

d. *Place* (tempat)

Penempatan kantor yang strategis sangat mempengaruhi keberlangsungan bisnis yang dilakukan oleh BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi. Tentunya dalam mensukseskan dan melancarkan pemasaran produk-produk terutama tabungan *wadi'ah* salamah, BPRS Ben Salamah Abadi sangat cermat menempatkan kantor yaitu berada di Pusat kota di dekat pasar induk Purwodadi.

Hal ini tentunya sangat sesuai dengan segmen pasar yang dituju oleh BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi yaitu kelas menengah kebawah. Pada produk tabungan *wadi'ah* salamah

ini, BPRS Ben Salamah Abadi menargetkan pada para pedagang pasar tradisional ataupun para pengusaha mikro. Hal ini sesuai dengan tujuan lembaga keuangan syariah yang mengedepankan kelompok mikro karena banyak dari pakar ekonomi yang membuktikan bahwa kelompok UKM memegang peran penting dalam ketahanan ekonomi. Sasaran dari BPRS Ben Salamah Abadi disini minimal sekitar BPRS dan maksimalnya di lingkup Kabupaten Grobogan.

e. People (orang)

Orang pertama yang harus diajak untuk bergabung menjadi nasabah yakni keluarga terdekat kita terlebih dahulu, keluarga besar dan baru tetangga kita, kemudian orang-orang lain atau masyarakat.

f. Process (proses)

Proses merupakan gabungan semua aktifitas, umumnya terdiri atas prosedur, mekanisme, aktifitas dan hal-hal rutin, dimana produk *funding* tabungan *wadi'ah* salamah ini setelah dipasarkan ke nasabah.

Tentunya dengan proses yang mudah, syarat yang mudah dan harga yang murah, serta tidak merugikan nasabah dan dapat memberikan kepercayaan yang tinggi kepada nasabah terhadap BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi, maka akan

membuat mereka senantiasa memakai produk tabungan *wadi'ah* salamah dari BPRS Ben Salamah Abadi.

Proses untuk mempunyai rekening tabungan *wadi'ah* salamah disini tidak sulit, cukup dengan menyerahkan kartu identitas dan uang pembukaan awal rekening Rp 10.000,- sudah bisa memiliki rekening tabungan *wadi'ah* salamah di BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi.

g. *Customer Service* (layanan konsumen)

Dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah BPRS Ben Salamah Abadi disini menawarkan jasa jemput bola, jadi setiap kali penyetoran ataupun penarikan tabungan *wadi'ah* salamah, nasabah tidak perlu repot-repot dan jauh-jauh datang ke kantor, cukup dengan sms atau telpon saja nanti karyawan BPRS Ben Salamah Abadi yang akan mendatangi nasabah.¹¹

Selain itu BPRS Ben Salamah Abadi akan memberikan hadiah berupa mug (cangkir), payung, ataupun kalender kepada nasabah yang mempunyai saldo paling banyak dan kepada nasabah yang setia menggunakan produk-produk BPRS Ben Salamah Abadi. Dan pada saat bulan ramadhan BPRS Ben Salamah Abadi akan memberikan bingkisan kepada nasabahnya yang setia menggunakan produk-produk BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi.

¹¹Wawancara dengan mbkHenipujiati (akunting BPRS BSA), tanggal 12 Februari 2014

B. Kendala yang Dihadapi BPRS Ben Salamah Abadi dan Cara Mengatasinya

Semakin berkembangnya masalah ekonomi masyarakat, maka berbagai kendala tidak mungkin dilepaskan dari BPRS termasuk BPRS Ben Salamah Abadi. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya BPRS Ben Salamah Abadi juga mempunyai kendala-kendala. Oleh karena itu diperlukan cara jitu guna mempertahankan eksistensi BPRS Ben Salamah Abadi.¹² Kendala-kendala yang dihadapi BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi dalam pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Sumber Daya Manusia

Kendala yang dihadapi mengenai kurangnya SDM yang memadai yaitu berhubungan dengan kurangnya jumlah karyawan di BPRS Ben Salamah Abadi, dimana para karyawan merangkap pekerjaan bagian lainnya. Sehingga dalam hal penyampaian dan pengenalan produk kepada calon nasabah kurang efektif dan efisien. Dan dalam memasarkan produk juga kurang maksimal apalagi dalam memasarkan produk tabungan *wadi'ah* salamah ini. Disini BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi akan merekrut karyawan lagi dan nantinya mencoba memberikan cara untuk mengembangkan SDM yang ada yaitu dengan cara melakukan pelatihan seperti terjun ke lapangan, pengarahan dan memotivasi karyawan agar selalu bersemangat dalam pekerjaannya dan bisa memasarkan produk tabungan *wadi'ah* ini kepada masyarakat

¹²Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonosia, 2003, hlm. 108-109

dan bisa mengajak masyarakat untuk menjadi nasabah dan menggunakan produk tabungan *wadi'ah* salamah.

2. Variasi produk

Di BPRS Ben Salamah Abadi masih kurang dalam varian produk, seperti untuk tabungan di BPRS Ben Salamah Abadi saat ini hanya ada tabungan *wadi'ah* salamah. BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi masih mengupayakan penambahan produk baru untuk lebih melengkapi varian produk yang ada. Jika produk yang ditawarkan kepada masyarakat relatif tetap dan kadangkala BPRS tidak dapat menangkap gejala-gejala ekonomi dan bisnis yang ada di masyarakat, maka kebebasan dalam melakukan variasi produk diperlukan supaya BPRS Ben Salamah Abadi mampu tetap eksis di tengah-tengah masyarakat. Masalah produk juga dapat diatasi dengan dua cara yaitu:

a. Diversifikasi produk

Diversifikasi produk merupakan pengembangan produk baru tetapi masih berhubungan dengan produk lama dan ditawarkan kepada pasar yang baru juga. Strategi ini diperlukan dalam rangka memperoleh keuntungan yang lebih besar dari suatu jenis produk tertentu dengan mengorbankan keuntungan dari jenis produk yang lain.

b. Pengembangan produk

Pengembangan produk merupakan penawaran produk baru atau produk yang diperbaiki/disempurnakan untuk pasar yang telah

tersedia. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Pada umumnya kegiatan pengembangan produk merupakan suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada atau menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan.

3. Promosi

Kurangnya promosi yang dimaksud yaitu berhubungan dengan alat promosi seperti brosur yang berisi profil dari lembaga dan juga produk-produk yang ditawarkan. BPRS Ben Salamah purwodadi mengusahakan pembuatan brosur untuk lebih mengenalkan BPRS Ben Salamah Abadi dan khususnya untuk memudahkan dan menjelaskan produk-produk yang ada di BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi.

Dalam hal ini promosi merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan. Karena dalam pasar semua orang diberikan kesempatan untuk memproduksi dan menjual di pasar. Oleh karena itu diperlukan alat promosi yang tepat untuk membantu dalam mengenalkan BPRS dan produk-produknya di masyarakat. Salah satunya dengan brosur, sehingga BPRS Ben Salamah Abadi jangan hanya mengusahakan tetapi harus benar-benar dibuat.

Selain kegiatan sosialisasi yang sudah dilakukan BPRS Ben Salamah Abadi harus terus berjalan di tengah masyarakat. Dengan menjelaskan penjelasan yang benar mengenai BPRS, sekaligus dengan mengajak mereka mengunjungi langsung kantornya, sehingga dapat

disaksikan bagaimana praktik-praktik pengelolaan dana di BPRS Ben Salamah Abadi itu berlangsung.¹³

C. Analisa

Untuk mengetahui bagaimana prospek BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi terutama dalam pemasaran produk, terlebih dahulu dipelajari dan dianalisis apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, ancamannya, analisis ini biasa disebut dengan analisa SWOT. Dengan memahami hasil analisis swot terhadap produk, maka akan diperkirakan bagaimana prospek BPRS Ben Salamah Abadi di masa akan datang. Adapun analisisnya antara lain:

1. *Strenght* (kekuatan)
 - a. Dari sisi produk tabungan *wadi'ah* salamah yaitu produk yang islami lebih baik dan barokah, banyak diminati karena persyaratan yang mudah dan proses yang mudah serta tidak ada potongan setiap bulannya.
 - b. BPRS Ben Salamah Abadi memberikan imbalan atau bonus secara sukarela kepada penabung yang besarnya ditentukan oleh Bank setiap akhir bulan.
 - c. Tidak ada potongan setiap bulan yang dikenakan kepada nasabah pengguna produk tabungan *wadi'ah* salamah.

¹³MakhalulIlmi, *Teori&PraktekLembagaMikroKeuanganSyariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, hlm. 53

2. *Weakness* (kelemahan)

- a. Masyarakat masih awam dengan istilah Bank Syariah, sehingga para karyawan harus terus menerus mensosialisasikan BPRS dengan cara ikut mensponsori event-event yang ada di Purwodadi. Apalagi beberapa kalangan dari islam sendiri masih beranggapan kehadiran Bank Syariah sebagai sesuatu yang kontroversial.
- b. Keterbatasan Sumber Daya Manusia di BPRS Ben Salamah Abadi dalam melakukan pemasaran produk tabungan *wadi'ah* salamah.
- c. Kurangnya varian produk tabungan di BPRS Ben Salamah Abadi sehingga membuat calon nasabah kurang tertarik menggunakan produk tersebut.

3. *Opportunity* (peluang)

- a. Tingginya minat masyarakat yang ingin menabung di lembaga keuangan syariah
- b. Ikut sponsor untuk kegiatan-kegiatan tertentu. Masyarakat akan lebih mantap jika lembaga tepat mereka menabung ternyata mempunyai jiwa sosial dengan melakukan sponsorship. Terlebih jika sponsorship yang dilakukan adalah manakala ada kegiatan yang bersifat sosial keagamaan inilah yang mesti dilakukan.
- c. Melakukan sosialisai dengan masyarakat agar lebih memahami prinsip-prinsip yang diterapkan oleh BPRS Ben Salamah Abadi sehingga masyarakat memilih produk-produk yang ada di BPRS.

d. Memberikan pelayanan yang terbaik terhadap masyarakat sehingga masyarakat lebih terlayani dengan baik.

4. *Threat* (ancaman)

- a. Tingginya tingkat persaingan dengan lembaga sejenis. Terbukti semakin banyaknya lembaga-lembaga keuangan lain terutama lembaga keuangan konvensional yang berdiri di sekitar BPRS dan mempunyai varian produk tabungan yang bermacam-macam, hal inilah yang membuat BPRS harus bersaing dengan lembaga keuangan konvensional yang secara kualitas telah teruji lama. Namun dari proses penempatan ini, telah membuat BPRS semakin bekerja keras membangun image yang baik di masyarakat, serta mengajak masyarakat bersama-sama membangun nilai-nilai islam dalam dunia perbankan.
- b. Rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat dalam mengetahui produk-produk yang ada di perbankan syariah sehingga menghambat proses sosialisasi dalam menawarkan produk tabungan *wadi'ah* salamah.