

BAB IV
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN HAJI (MUDHARABAH)

A. Analisa Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan paduan tentang kepentingan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran. Setiap perusahaan selalu melakukan kegiatan pemasaran, yang merupakan ciri dan aktivitas usahanya. Tidak ada salah satu badan usaha apapun terlepas dari kegiatan pemasaran ini. Kegiatan pemasaran ini dilakukan setiap perusahaan perlu dikoordinasi dan diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan umumnya dan tujuan bidang pemasaran khususnya. Alat koordinasi dan pengarahan kegiatan pemasarannya adalah rencana pemasaran.¹

1. *Place* (tempat)

Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya perbankan. Sehingga Bank Mega Syari'ah Cabang Rembang memilih tempat yang strategis, tepatnya di Jalan Kartini No. 35 Rembang. Akses yang mudah untuk di tempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

2. *Product* (produk)

Karena tujuan utama dari prinsip Perbankan Syari'ah adalah terhindar dari transaksi Riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan

¹SofjanAssauri, *dasar, konsep, strategi(manajemenpemasaran)*, Jakarta: PT Raja grafindo Persada cetke 7, h. 297

produk bank umum atau konvensional, perbedaan utama terletak pada prinsip Syariah-nya.²

Bank Mega Syariah Cabang Rembang mempunyai berbagai macam produk baik dari produk *funding* maupun *lending*-nya. Produk Tabungan Haji sebagai *funding* yang utama dan unggulan. Ini disesuaikan dengan segmen pasar yang dituju oleh Bank Mega Syariah Cabang Rembang yaitu masyarakat ekonomi mikro. Bank Mega Syariah Cabang Rembang juga memberikan kemudahan kepada nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji, yaitu dengan memberikan service yang maksimal, seperti jika nasabah yang bersangkutan sedang sibuk pihak Bank Mega bersedia mendatangi tempat tinggal nasabah untuk menarik tabungan. Dengan cara pihak nasabah tinggal sms ataupun telfon ke kantor atau kepada marketing Bank Mega Syariah Cabang Rembang. Ketika tabungan sudah mencapai Rp. 25.000.000,- maka marketing akan mendampingi nasabah ke kementerian Agama sampai dengan nasabah tersebut mendapatkan nomor urut porsi.

3. *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.³

4. *Promotion* (promosi)

Dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat pada umumnya dan masyarakat kota Rembang padakhususnya, Bank Mega

²Wawancara dengan Bapak Aditya selaku pimpinan Bank Mega Syariah Cabang Rembang pada tanggal 20 Januari 2015

³ Ibid

Syari'ah menggunakan beberapa saluran promosi baik yang secara langsung maupun tidak langsung seperti:

a. Penjualan Perorangan

Penjualan perorangan disini yaitu marketing bagian funding khususnya dan pada umumnya semua karyawan Bank Mega Syari'ah.

b. Iklan

Dengan menyebarkan brosur, memasang spanduk dan melalui media elektronik.

c. Hubungan Masyarakat

Kami berusaha membangun nama baik kepada nasabah dan juga masyarakat sekitar, dengan cara menyumbang dana ketika mereka membutuhkan seperti, pembangunan masjid atau mushola dan mensponsori klu bsepak bola daerah Rembang. Hal ini dilakukan sebagai alat promosi dan pengenalan diri oleh pihak Bank Mega Syari'ah Cabang Rembang guna menunjang keberhasilan produk-produk yang ditawarkan terhadap masyarakat terutama produk Tabungan haji.⁴

d. Pemasaran Langsung

Misalnya dengan *door to door* atau mendatangi langsung calon nasabah satu persatu.

5. *People* (orang)

Yang pertama harus kita ajak terlebih dahulu adalah keluarga terdekat kita, keluarga besar, karyawan Bank Mega Syari'ah dan kemudian tetangga kita baru kemudian orang-orang lain atau masyarakat.

6. *Process* (proses)

⁴Ibid, tanggal 22 januari 2015

Proses merupakan gabungan aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin, di mana produk Tabungan Haji dipilih para konsumen.

Tentunya proses yang cepat, mudah, tidak berbelit-belit, penuh ketelitian, serta tidak merugikan nasabah dapat memberikan kepercayaan yang tinggi kepada nasabah terhadap Bank Mega Syariah Cabang Rembang. Sehingga mereka merasa puas dan akan memberitahukan kepada orang lain untuk menggunakan produk Tabungan Haji tersebut.

7. *Customer Service* (layanan konsumen)

Untuk memperoleh keberhasilan dalam hal jasa perbankan sangat dipengaruhi oleh produk tersebut dan juga promosi yang dilakukan. Tetapi dalam pelaksanaannya, keunggulan dan promosi tersebut harus didukung oleh sikap pegawai seperti: senyum, sapa, salam, sopan, santun, dan terimakasih. Pegawai diharuskan mempunyai sikap yang baik terhadap nasabah serta mempunyai pengetahuan yang cukup, sehingga dapat memberi penjelasan yang mencukupi kepada nasabah yang akan dipandu dengan sistem pelayanan yang ada. Pelayanan yang memuaskan nasabah akan menjadi promosi yang efektif bagi bank karena nasabah tersebut dapat menyampaikan kepada keluarga, kerabat, teman, dan orang lain mengenai pelayanan unggul suatu bank, dan diharapkan citra bank tersebut akan semakin meningkat.⁵

B. Praktek Strategi Pemasaran Bank Mega Syariah Cabang Rembang

Dalam kegiatan operasional bank mega syariah rembang, bank mega syariah telah menerapkan prinsip kedisiplinan dan kepatuhan serta tanggung jawab pada diri masing-masing karyawan yang bekerja. Sebelum memulai aktivitas parakaryawan, bank mega syariah selalu berkumpul di loby kantor

⁵Wawancara dengan Bapak Aditya selaku pimpinan Bank Mega Syariah Cabang Rembang pada tanggal, 23 januari 2015

untuk melaksanakan briefing rutin dan setelah selesai pun juga seperti itu. Kegiatan keagamaan juga sering mereka lakukan seperti setiap jumat pagi para karyawan mengaji al-qur'an dan terjemahannya secara bergiliran dari minggu ke minggu. Dalam melaksanakan kegiatannya bank mega syariah selalu mengutamakan kedisiplinan seperti saat para marketing memasarkan produk dan mengambil tabungan ke nasabah.

Mereka melakukan kegiatan pemasaran mulai dari pengenalan produk kepada nasabah atau calon nasabah melalui brosur yang dibagikan, menawarkan produk yang dimiliki bank mega syariah. Contohnya seperti pengenalan dan pemasaran produk tabungan haji, marketing menawarkan pada masyarakat yang berkeinginan untuk melaksanakan ibadah haji namun masih terkendala biaya, bisa dengan menabung dulu dengan produk tabungan haji bank mega syariah ataupun yang sudah memiliki biaya yang cukup untuk mendaftar dan mendapatkan nomor porsi haji dengan didampingi oleh marketing sampai dengan di kantor kementerian agama. Marketing menawarkan produk tersebut kepada masyarakat dengan membagi brosur dan menjelaskan produk. Para marketing biasanya memasarkannya di pasar-pasar daerah rembang, di pondok-pondok pesantren dan biasanya parana sabah sendiri yang datang langsung ke bank mega syariah untuk mendaftar tabungan haji karena bank mega syariah di rembang sudah terkenal di masyarakat daerah rembang dengan produk tabungan hajinya.