

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran yang diterapkan Bank Jateng Syariah Capem Magelang dalam Memasarkan Produk Bima Emas

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan paduan tentang kepentingan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran.

Untuk menganalisa pemasaran Bank Jateng Syariah Capem Magelang konsep yang dianggap paling efektif adalah dengan menggunakan konsep (Marketing Mix) 4P, yaitu:

1. *Place* (Tempat)

Tempat yang strategis dapat menentukan maju atau berkembangnya sebuah perusahaan atau sebuah lembaga perbankan. Memilih lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan khususnya pada produk Bima Emas. Sehingga Bank Jateng Syariah Capem Magelang memilih tempat yang strategis, tepatnya di Jalan Mayjen Bambang Sugeng KM. 1 Magelang. Akses yang mudah untuk

ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

2. *Product* (Produk)

Dari keseluruhan bauran pemasaran, strategi produk menduduki posisi yang sangat menentukan terhadap pemasaran. Strategi produk yang tepat akan menempatkan sebuah perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya. Strategi produk adalah strategi yang dilaksanakan oleh perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkan.

Strategi produk yang dilakukan oleh Bank Jateng Syariah Cabang Pembantu Magelang dalam upaya menarik minat nasabah atau calon nasabah adalah dengan menampilkan mutu dari produk Bima Emas tersebut, yakni dengan memberikan kemudahan dalam persyaratan yang terdapat dalam karakteristik produk Bima Emas, antara lain:

- a. Sarana investasi aman dan menguntungkan
- b. Proses mudah dan cepat.
- c. Pelunasan awal tanpa *penalty*.
- d. Dengan adanya produk Bima Emas, masyarakat dapat berinvestasi untuk masa yang akan datang.
- e. Setiap masa angsuran yakni minggu terakhir pada bulan tersebut.

- f. Harga perolehan emas ditentukan pada saat akad.
- g. Jangka waktu angsuran 2 tahun sampai 5 tahun.
- h. Persyaratan untuk membuka rekening mudah dan murah.¹

3. *Price* (Harga)

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

Dalam upaya menarik minat nasabah atau calon nasabah Bank Jateng Syariah memberikan persyaratan dengan dana yang terjangkau yakni:

- a. Setoran pembukuan rekening Rp. 100.000,-
- b. Uang muka minimal 20% dari harga perolehan emas.
- c. Jenis emas yang dibiayai minimal 10 gram.

Persyaratan:

¹ Wawancara dengan Achmad Nur Alfianto, selaku Marketing Bank Jateng Syariah Capem Magelang, tanggal, 5 Mei 2017

- a. Usia pemohon minimal 17 tahun atau 21 tahun yang sudah menikah dan memiliki penghasilan sendiri.
- b. Menyerahkan Fotocopy KTP/SIM yang masih berlaku dan menunjukkan aslinya.
- c. Memiliki rekening tabungan/ giro di Kantor Cabang Syariah/Kantor Cabang Pembantu Syariah sebagai media angsuran atas pembiayaan yang dinikmatinya.

4. *Promotion* (Promosi)

Dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat pada umumnya dan masyarakat kota Magelang pada khususnya, Bank Jateng Syariah Capem Magelang menggunakan beberapa saluran promosi baik yang secara langsung maupun yang tidak langsung, yaitu:

- a. *Penjualan Perorangan (Personal Selling)*
Penjualan perorangan disini maksudnya adalah marketing bagian lending khususnya dan pada umumnya semua karyawan Bank Jateng Syariah Capem Magelang.
- b. *Iklan (Advertising)*
Melalui periklanan yaitu Bank Jateng Syariah melakukan promosi dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam iklan internet, brosur, spanduk, mmt, dan media elektronik seperti radio.
- c. *Pemasaran Langsung*

Pemasaran langsung disini yaitu door to door maksudnya marketing lending Bank Jateng Syariah datang langsung kerumah ataupun ke toko calon nasabah dan menawarkan langsung produk lending atau pembiayaan Bima Emas. Jadi dengan ditawarkannya pembiayaan murabahah pada produk Bima Emas nasabah tidak susah lagi untuk membeli barang yang dibutuhkannya, karena Bank Jateng Syariah Capem Magelang dapat membelikan barang tersebut dengan akad *murabahah* dan dibayar dengan angsuran.²

B. Hambatan-Hambatan yang dihadapi Bank Jateng Syariah Cabang Pembantu Magelang dalam memasarkan produk Bima Emas.

Berdasarkan wawancara dari pihak Bank Jateng Syariah Capem Magelang dan pengamatan penulis, dalam melaksanakan kegiatan perbankan Bank Jateng Syariah Capem Magelang menghadapi beberapa hambatan dalam memasarkan produk-produknya khususnya produk Bima Emas, diantaranya adalah:

²Wawancara dengan Achmad Nur Alfianto, selaku Marketing Bank Jateng Syariah Capem Magelang, tanggal, 5 Mei 2017

1. Minimnya SDM (Sumber Daya Manusia) pemasaran yang kompeten.

Minimnya sumber daya manusia pemasaran yang kompeten ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya tenaga pemasar bukan berasal dari latar belakang pemasar dan masih belum begitu paham tentang akad-akad bank syariah.

2. Minimnya pemahaman masyarakat mengenai sistem perbankan syariah.

Minimnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah merupakan kendala yang di hadapi Bank Jateng Syariah Capem Magelang, kurangnya pemahaman tentang sistem perbankan syariah lebih pada beberapa hal diantaranya, adanya asumsi bahwa perbankan syariah hanya untuk kalangan tertentu dan sistem bagi hasil dianggap kurang menguntungkan jika dibandingkan dengan sistem bunga.

3. Minimnya pemahaman masyarakat mengenai emas batangan

Minimnya pemahaman masyarakat untuk investasi emas lantaran merupakan kendala yang dihadapi Bank Jateng Syariah Capem Magelang sehingga menyulitkan tim pemasar dalam memasarkan Bima Emas. Hal ini merupakan tugas bagi tim pemasar khususnya untuk melakukan penyuluhan kepada masyarakat tentang pentingnya emas batangan yang

dikemudian hari bisa dijadikan investasi karena harganya yang stabil setiap tahunnya.

4. Kurangnya minat masyarakat untuk memiliki emas batangan

Kurangnya minat masyarakat terhadap emas batangan merupakan hambatan yang dihadapi Bank Jateng Syariah Capem Magelang dalam memasarkan produk Bima Emas. Karena kebanyakan masyarakat khususnya daerah magelang lebih memilih emas perhiasan dibandingkan emas batangan. Hal ini tentu sedikit mempersulit Bank Jateng Syariah Capem Magelang dalam memasarkan produk Bima Emas. Karena emas yang ditawarkan dalam produk Bima Emas adalah emas berbentuk batangan atau lantakan 24 karat.

5. Penyuluhan dari pihak pemerintah tentang perbankan syariah masih kurang.

Pemerintah sebagai pembuat kebijakan publik berperan besar terhadap terhadap tumbuh kembangnya perbankan syariah. Beberapa dukungan sudah dilakukan, suda diberikan oleh pemerintah akan tetapi, bukan dalam bentuk penyuluhan yang dilakukan dalam bentuk regulasi pembuatan sistem perbankan syariah. Hal ini tentu saja membantu pihak bank dalam mengembangkan perbankan syariah, dan tentu akan lebih bagus lagi jika pemerintah juga memberikan penyuluhan

tentang keberadaan perbankan syariah. Karena selama ini yang melakukan penyuluhan hanya dari pihak bank dan instansi terkait yang berkepentingan dan bersimpati dengan pentingnya perbankan syariah sebagai penyeimbang bank konvensional.³

Dalam memasarkan produk Bima Emas strategi yang digunakan Bank Jateng Syariah Capem Magelang yaitu door to door memasarkan produk Bima Emas dengan mendatangi calon nasabah dan memperkenalkan produk Bima Emas secara langsung. Dengan cara ini marketing mampu menjelaskan kepada calon nasabah apa itu produk Bima Emas dan nasabah juga dapat bertanya langsung jika ada yang belum diketahui berkaitan tentang produk Bima Emas.

³Wawancara dengan Achmad Nur Alfianto, selaku Marketing Bank Jateng Syariah Capem Magelang, tanggal, 5 Mei 2017