

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum Bank Syari'ah Bukopin

a. Sejarah dan Kegiatan Operasional Perusahaan

Awal mula berdirinya Bank Syariah Bukopin ini ialah dilatarbelakangi oleh yang dahulu bernama PT. Bank Persyarikatan Indonesia (BPI), yang didirikan berdasarkan akta No. 102 tertanggal 29 Juli 1990 dengan nama PT. Bank Swansarindo Internasional yang dibuat dihadapan Dr. Widjojo Wilami, SH., Notaris di Samarinda. Dan dalam perkembangannya, PT. Bank Persyarikatan Indonesia (BPI) yang merupakan bank umum yang mengalami proses akuisisi oleh organisasi Muhammadiyah menjadi sebuah bank syariah yang kini menjadi PT Bank Syariah Bukopin (BSB).

Setelah itu PT Bank Syariah Bukopin mulai beroperasi dengan melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah yang setelah memperoleh izin operasi Syariah dari Bank Indonesia (BI) pada 27 Oktober 2008. Berikutnya, pada tanggal 11 Desember 2008, PT Bank Syariah Bukopin diresmikan oleh M. Jusuf Kalla, Wakil Presiden Republik Indonesia (periode 2004-2009). Komitmen penuh dari PT Bank Bukopin Tbk sebagai pemegang saham mayoritas diwujudkan dengan menambah setoran modal

dalam rangka untuk menjadikan PT Bank Syariah Bukopin sebagai bank syariah dengan pelayanan terbaik. Pada pertengahan tahun 2009, tepatnya pada tanggal 10 Juli 2009 melalui Surat Persetujuan Bank Indonesia (BI).

PT Bank Bukopin Tbk telah mengalihkan 32 Hak dan Kewajiban Unit Usaha Syariah-nya ke dalam badan usaha PT Bank Syariah Bukopin. PT Bank Syariah Bukopin memposisikan sebagai bank yang berkonsentrasi pada pembiayaan usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan segmentasi usaha pendidikan, kesehatan, konstruksi, dan perdagangan. Selain hal tersebut, PT. Bank Syariah Bukopin juga melakukan penghimpunan dari masyarakat (individuindividu) dan perusahaan-perusahaan yang ada di Tanah Air. Sedangkan untuk Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo sendiri merupakan Relokasi dari BSB yang terletak di Jalan Diponegoro No 235 Surabaya sejak tanggal 26 Juli 2010. Relokasi Kantor Cabang dari tempat lama ke tempat baru dengan luas 525 m² yang terdiri 4 (empat) lantai ini merupakan bagian dari 7 (tujuh) cabang Bank Syariah Bukopin yang tersebar di Jakarta, Bandung, Surabaya, Bukit Tinggi, Medan, dan Samarinda dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada para nasabah,

sehingga nasabah akan merasa lebih nyaman dan aman dengan dukungan fasilitas yang tersekaryawan.¹

b. Visi Dan Misi Bank Syariah Bukopin

1) Visi Bank Syariah Bukopin

Bank Syariah Bukopin mempunyai visi yaitu “Menjadi Bank Syariah Pilihan dengan Pelayanan Terbaik”

2) Misi Bank Syariah Bukopin

Bank Syariah Bukopin mempunyai misi yaitu :

- a) Memberikan pelayanan terbaik pada nasabah
- b) Membentuk sumber daya insani yang profesional dan amanah.
- c) Memfokuskan pengembangan usaha pada sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).
- d) Meningkatkan nilai tambah kepada stakeholder.

c. Tujuan Bank Syari’ah Bukopin

Bank Syariah Bukopin mempunyai tujuan bersama yang harus dicapai antara lain:

1) Nilai Amanah

Nilai amanah diartikan sebagai senantiasa menjaga kepercayaan yang diterima dari perusahaan dan patuh pada peraturanyang berlaku.

¹ Bank Syari’ah Bukopin, “*Sejarah Bank Syariah Bukopin*”, <http://www.syari’ahbukopin.co.id>, (10 april 2018).

2) Kualitas

Kualitas diartikan sebagai senantiasa berupaya secara maksimal dan berkesinambungan untuk mengembangkan diri meningkatkan mutu serta kemampuan yang unggul dan selalu memberikan hasil yang terbaik.

3) Peduli

Peduli diartikan sebagai senantiasa memiliki perhatian khusus untuk melayani dengan hati nurani guna kepentingan stakeholder.

4) Integritas

Integritas diartikan sebagai senantiasa memiliki keselarasan niat, pikiran, perkataan dan perbuatan baik dan benar yang sesuai dengan nilai- nilai perusahaan, masyarakat dan prinsip-prinsip good corporate government.

5) Kerjasama

Kerjasama diartikan sebagai secara terus menerus mengupayakan untuk bekerja secara efektif kooperatif dan selalu membangun serta menjaga hubungan kerja yang baik.

d. Operasional Perusahaan

Produk - produk Pembiayaan yang terdapat pada bank syariah bukopin meliputi :²

² Bank Syari'ah Bukopin, "*Produk Pembiayaan*", <http://www.syari'ahbukopin.co.id>, (10 april 2018).

1) Pembiayaan Murabahah BSB

Pembiayaan murabahah BSB adalah pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

2) Pembiayaan Musyarakah BSB

Pembiayaan Musyarakah BSB adalah kerjasama 2 (dua) pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dan atau karya atau keahlian dengan kesepakatan keuntungan dan resiko menjadi tanggungan bersama sesuai kesepakatan.

3) Pembiayaan Mudharabah BSB

Pembiayaan mudharabah BSB adalah pembiayaan dimana modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati

4) Pembiayaan Mudharabah Muqoyyadah

pembiayaan *Mudharabah Muqoyyadah* untuk kegiatan usaha yang cakupannya dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah sesuai permintaan pemilik dana Ada 2 (dua) jenis Investasi *Mudharabah Muqayyadah*, yaitu :

- a) *Mudharabah Muqayyadah* yang resiko penempatan dananya ditanggung oleh Bank Syariah Bukopin, dalam hal ini Bank bertindak sebagai *executing agent*.
- b) *Mudharabah Muqayyadah* yang resiko penempatan dananya ditanggung oleh pemilik dana, dalam hal ini Bank bertindak sebagai *channelling agent*.

5) iB Pinjaman Qardh

IB Pinjaman Qardh adalah pinjam meminjam dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.

6) iB Kepemilikan Mobil

IB Kepemilikan Mobil merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan mobil yang menggunakan akad Murabahah, yaitu jual beli barang sebesar harga perolehan ditambah dengan margin yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

7) iB Kepemilikan Rumah

IB Kepemilikan Rumah adalah pembiayaan yang diberikan bank untuk pembelian atau renovasi rumah tinggal, pembelian rumah susun atau apartemen, rumah toko dan atau rumah kantor.

8) Pembiayaan iB K3A

Pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin kepada Koperasi Karyawan (kopkar), Koperasi Pegawai, Koperasi Pegawai Negeri (KPN) atau koperasi sejenis lainnya yang diteruskan kepada anggotanya untuk memenuhi berbagai kebutuhan.

Produk - produk Pendanaan yang terdapat pada bank syariah bukopin meliputi:³

1) Tabungan iB SiAga

Tabungan iB SiAga merupakan simpanan dalam mata uang rupiah yang penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu. Akad yang digunakan adalah wakaryawanah yadhamanah yang berarti *mustawda* (Bank) dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh *muwwadi* (Nasabah).

2) Tabungan Simpel iB

Simpanan Pelajar iB merupakan tabungan untuk pelajar dengan persyaratan mudah dan fitur yang menarik dalam rangka edukasi perbankan untuk mendorong budaya menabung sejak usia dini.

³ Bank Syari'ah Bukopin, "Produk Pendanaan", <http://www.syari'ahbukopin.co.id>, (10 april 2018).

3) Tabungan Multiguna iB

Jenis tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa gratis. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah mutlaqah*, dimana Bank / *mudharib* diberikan kuasa penuh oleh nasabah / *shahibul maal* untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan / batasan dan *mudharib* / Bank wajib memberitahukan kepada *shahibul maal* / nasabah mengenai *nisbah* / bagi hasil keuntungan yang diperoleh dan risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akadnya.

4) Tabungan iB Pendidikan

Tabungan iB Pendidikan adalah Jenis tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa gratis. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah mutlaqah*, dimana Bank / *mudharib* diberikan kuasa penuh oleh nasabah / *shahibul maal* untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan / batasan dan *mudharib* / Bank wajib memberitahukan kepada *shahibul maal* / nasabah mengenai *nisbah* / bagi hasil keuntungan yang diperoleh dan risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akadnya.

5) Tabungan iB SiAga Bisnis

Simpanan yang diperuntukan bagi perorangan dan badan usaha, yang penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati dan tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau mekaryawan lainnya yang dipersamakan dengan itu. Akad yang digunakan adalah *Mudharabah Mutlaqah*, yang berarti Bank (*mudharib*) diberikan kuasa penuh oleh penabung (*shahibul maal*) untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan / batasan dan Bank (*mudharib*) wajib memberitahukan kepada penabung (*shahibul maal*) mengenai *nisbah* (porsi) bagi hasil yang diperoleh dan risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akad.

6) TabunganKu iB

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Akad yang digunakan adalah akad *wadi'ah yad dhamanah*, yang berarti bank dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh nasabah.

7) Deposito iB

Deposito iB adalah produk investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah mutlqah.

8) Giro iB

Giro iB adalah sarana penyimpanan dana yang disekaryawankan bagi nasabah dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wakaryawanh yaddhamanah. Dengan prinsip ini, dana giro nasabah diperlakukan titipan yang dijaga keamanan dan ketersekaryawanannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi usaha

Produk - produk Jasa Bank Syariah Bukopin yang terdapat pada bank syariah bukopin meliputi :⁴

1) SMS Banking

SMS Banking BSB merupakan layanan informasi dan transaksi perbankan yang dapat diakses secara langsung oleh nasabah melalui telepon seluler/handphone dengan menggunakan mekaryawan Short Message Service (SMS).SMS Banking BSB digunakan melalui SIM Card/Nomor telepon selular dari operator tertentu.

⁴ Bank Syari'ah Bukopin, "*Produk- Produk Jasa*", <http://www.syari'ahbukopin.co.id>, (10 april 2018).

2) Mobile Banking

M-BSB merupakan layanan transaksi perbankan dan pembayaran tagihan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon seluler / *handphone*.

3) Kartu ATM BSB

Kartu ATM BSB merupakan sarana untuk melakukan transaksi penarikan, pembayaran, dan pemindahbukuan dana pada ATM BSB, ATM Bukopin, jaringan ATM bersama. BSB Card juga berfungsi sebagai kartu debit yang dapat digunakan untuk transaksi belanja di seluruh merchant yang menggunakan EDC prima BCA.

4) Cash Management

Layanan perbankan elektronik yang memudahkan nasabah dalam melakukan akses *inquiry saldo* dan **transaksi** secara *Real Time On-Line*, melalui terminal komputer dari lokasi usaha masing-masing sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih efektif, efisien dan tersentralisasi.

5) Payment Point

Fasilitas jasa perbankan yang diberikan kepada nasabah untuk melakukan pembayaran atas tagihan-tagihan yang bersifat rutin.

6) Safe Deposit Box

Fasilitas jasa bagi nasabah untuk menyimpan barang-barang berharga dan dokumen pribadi yang rahasia dengan sistem pengamanan berteknologi modern.

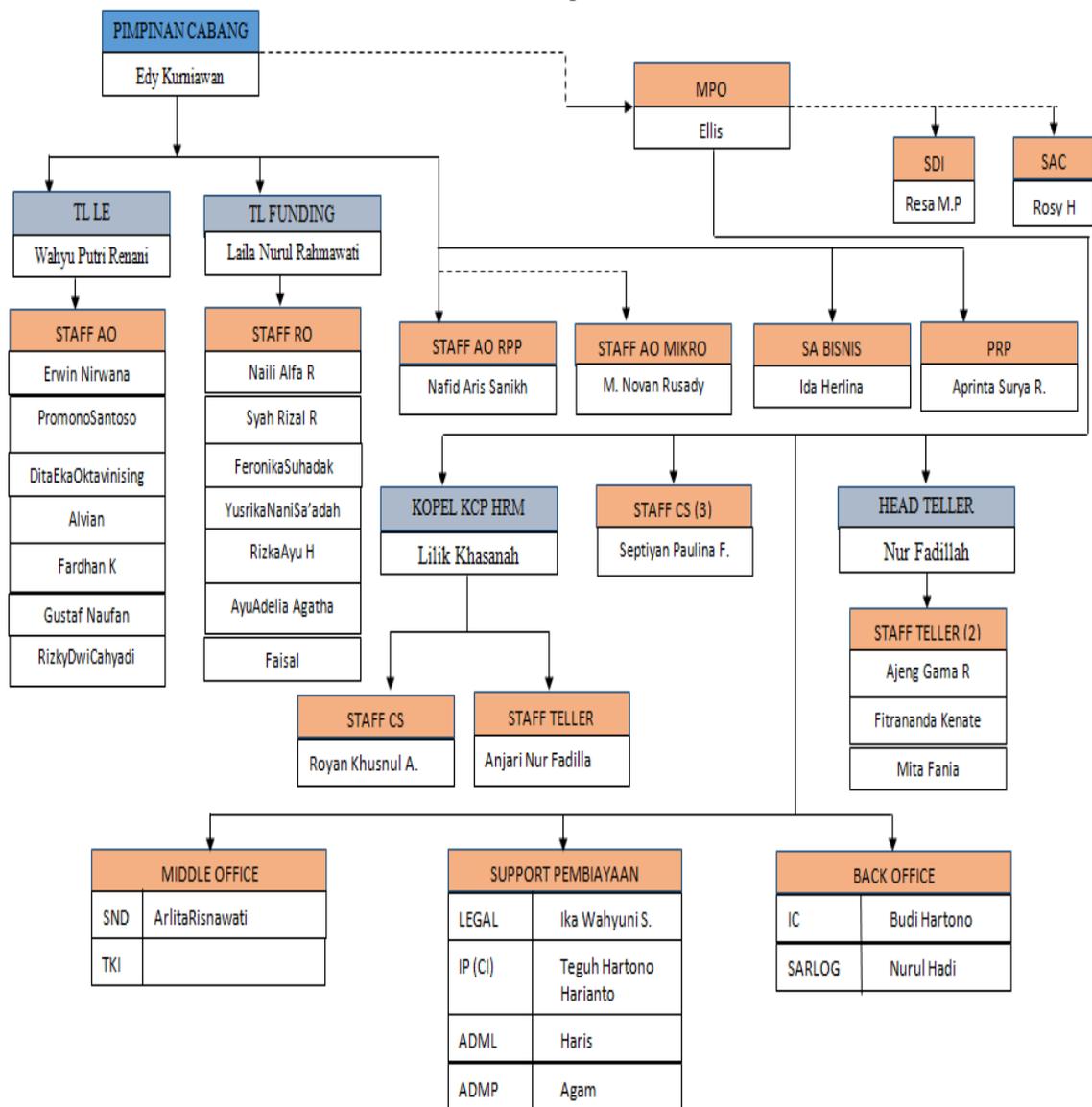
7) RTGS

RTGS adalah suatu sistem transfer dana dalam mata uang Rupiah yang penyelesaiannya dilakukan secara *online* antar peserta per transaksi secara individual, dimana sistem BI-RTGS diselenggarakan Bank Indonesia.

e. Struktur Organisasi dan Diskripsi Tugas

Gambar 4.1

Struktural Organisasi Bank Syariah Bukopin Cabang Kota Surabaya



Deskripsi struktural organisasi dan Tugas bank syariah bukopin diantaranya :⁵

1) Pimpinan Cabang

Pimpinan Cabang bertugas mengurus seluruh kegiatan PT Bank Syariah Bukopin Cabang Surabaya dalam arti seluas – luasnya dan ketentuan bank antara lain:

- a) Pemimpin jalannya operasi cabang, memonitor semua kegiatan operasional bank.
- b) Pimpinan Cabang bertanggung jawab atas kelancaran, ketertiban, administrasi dan keamanan jalannya usaha cabang.
- c) Pimpinan Cabang bertanggung jawab terhadap performance neraca cabang.
- d) Pimpinan Cabang bertanggungjawab atas pelayanan kepada nasabah, baik external maupun internal.
- e) Pimpinan Cabang menetapkan tata tertib dan pedoman kerja pegawai serta mengusahakan kesejahteraan pegawai meliputi: gaji dan peraturan tunjangan menurut kemampuan bank dan peraturan perundangan yang berlaku.
- f) Pimpinan Cabang membimbing dan membina serta mengarahkan para pegawai ke arah peningkatan tugas pekerjaan untuk mencapai hasil yang semaksimal mungkin.

⁵ Bagian SDI : Resa M Putri, “*Struktur Organisasi Bank Syariah Bukopin*” (Tanggal 23 Maret 2018)

g) Pimpinan Cabang memutuskan dan mempertimbangkan langkah-langkah penertiban segala macam pengeluaran, pembiayaan dengan melakukan penghematan di segala bidang dengan tujuan untuk mencapai keuntungan sebagaimana layaknya perusahaan.

2) *Account Officer* (AO)

Account Officer (AO) merupakan bagian dari unit pembiayaan di Bank Bukopin Syariah. *Account Officer* memiliki tugas antara lain:

- a) *Account Officer* memproses calon debitur atau permohonan pembiayaan sehingga menjadi debitur.
- b) *Account Officer* membuat struktur dana dan alokasi dana dari dana mobilisasi tersebut untuk memenuhi permohonan yang masuk.
- c) *Account Officer* membina debitur tersebut agar memenuhi kesanggupannya terutama dalam pembayaran kembali pinjamannya juga menyelesaikan kasus atau masalah debitur yang mungkin terjadi. Dengan demikian jauh hari sebelum jadi debitur perlu dilakukan penanggulangan kemungkinan jadi masalah, sehingga sejauh mungkin dihindari dengan cara preventif.

3) *Funding Officer (FO)*

Funding Officer(FO) merupakan bagian dari unit pendanaan n di Bank Bukopin Syariah. *Funding Officer*memiliki tugas antara lain:

- a) *Funding Officer*mencari, menciptakan dan membina hubungan baik dengan Bank Indonesia. Departemen Koperasi, nasabah dan Calon Nasabah.
- b) *Funding Officer*memasarkan produk atau jasa-jasa Bank Syariah Bukopin kepada masyarakat.
- c) *Funding Officer*bernegosiasi nisbah bagi hasil simpanan dana masyarakat sampai batas dan atau Limit yang diberikan.
- d) *Funding Officer*memonitor dan menjaga hubungan baik dengan nasabah pembiayaan yang potensial (*Customer call* dan Kunjungan nasabah).
- e) *Funding Officer*menarik calon customer untuk dapat menjadi nasabah Bank Bukopin
- f) *Funding Officer*menyelenggarakan event (lomba gambar, Unkaryawann SiAga dll) tertentu yang terkait dengan produk dana.

4) Legal

Karyawan bagian Legal merupakan bagian dari unit pembiayaan di Bank Bukopin Syariah. Staf Legal memiliki tugas antara lain:

- a) Staf Legal membuat Analisa Yuridis atas keabsahan dari subyek hukum dan jaminan – jaminan kredit.
- b) Staf Legal menerima data dokumen dari debitur perorangan/Badan Hukum untuk diperiksa Keabsahannya dan kelengkapannya serta memberikan “*comment*” atas data/dokumen tersebut pada kolom yang telah disekaryawanakan sehubungan dengan legalitas kredit.
- c) Staf Legal sebagai Sekretaris Komite Pembiayaan.
- d) Staf Legal memberikan masukan kepada anggota komite yang berkaitan dengan aspek calon debitur maupun jaminan/kontrak-kontrak yang terkait.
- e) Staf Legal memeriksa Memorandum Komite Pembiayaan apakah sesuai dengan hasil rapat dan membubuhkan tandatangan sebagai sekretaris komite pembiayaan.
- f) Staf Legal mempersiapkan Pelaksanaan Pengikatan Pembiayaan.
- g) Staf Legal membuat SPPP berdasarkan hasil Rapat Komite Pembiayaan
- h) Staf Legal membuat Surat Pengantar Pembuatan Akte Pembiayaan dan pengikatan jaminan ke Notaris.
- i) Staf Legal memeriksa kelengkapan dokumen pembiayaan untuk proses *dropping*
- j) Staf Legal membantu penyelesaian pembiayaan bermasalah.

k) Staf Legal memberikan opini yuridis terkait operasional perbankan sehari-hari yang membutuhkan analisa dari segi hukum.

5) Operasional dan Pelayanan

Karyawan bagian operasional berperan sebagai *support system* atau pendukung dari bagian operasional agar bekerja dengan optimal, efisien, dan efektif dalam melakukan tugas sesuai standar perusahaan dan mampu melayani nasabah dengan optimal. Staf operasional memiliki tugas antara lain:

- a) Staf operasional mengkoordinasikan kegiatan operasional agar berjalan lancar, tertib dan aman.
- b) Staf operasional memeriksa *check list* kesiapan kerja seluruh aparat operasional baik di kantor induk maupun kantor capem (kantor kas).
- c) Staf operasional memeriksa dan memastikan unit kerja tertentu tetap beroperasi pada saat jam istirahat (*teller, customer service, test key, operator, dll*).
- d) Staf operasional memeriksa dan menandatangani berita acara selisih teller untuk dicari penyelesaiannya.
- e) Staf operasional mengikuti rapat koordinasi Cabang untuk membahas setiap permasalahan operasional dengan bisnis yang ada.

6) Administrasi Pembiayaan (ADMP)

Karyawan bagian administrasi pembiayaan merupakan bagian dari unit pembiayaan yang berperan sebagai *support system* atau pendukung dari bagian operasional agar bekerja dengan optimal, efisien, dan efektif dalam melakukan tugas sesuai standar perusahaan. Staf bagian administrasi pembiayaan memiliki tugas antara lain:

- a) Staf administrasi pembiayaan melakukan *Dropping* pembiayaan.
- b) Staf administrasi pembiayaan menerima memorandum komite syariah setelah diceklist oleh ADML, kemukaryawann memeriksa MKP tersebut sebelum melaksanakan dropping.
- c) Staf administrasi pembiayaan menerima MKP perpanjangan pembiayaan dari a/o dan memeriksanya.
- d) Staf administrasi pembiayaan menerima memorandum pelunasan pembiayaan dari a/o kemukaryawann periksa
- e) Staf administrasi pembiayaan menerima MKP dari a/o kemukaryawann periksa MKP tersebut sebelum melakukan *droping* bank garansi
- f) Staf administrasi pembiayaan melakukan *Dropping* Bank Garansi, penyelesaian Bank Garansi, Pembebanan kewajiban Debitur.

7) Administrasi Pelaporan (ADML)

Karyawan bagian administrasi pelaporan merupakan bagian dari unit pembiayaan yang berperan sebagai *support system* atau pendukung dari bagian operasional agar bekerja dengan optimal, efisien, dan efektif dalam melakukan tugas sesuai standar perusahaan. Staf bagian administrasi pelaporan memiliki tugas antara lain:

- a) Staf bagian administrasi pelaporan *Dropping* kredit baru atau tambahan.
- b) Staf bagian administrasi pelaporan memeriksa kelengkapan dan keabsahan agunan termasuk status legal.
- c) Staf bagian administrasi pelaporan *monitoring* dan laporan bulanan.
- d) Staf bagian administrasi pelaporan membuat laporan intern yang ditunjukkan ke kantor pusat BSB.
- e) Staf bagian administrasi pelaporan membuat laporan ke pihak Extern ditunjukkan ke Bank Indonesia.

8) Unit Pelayanan Nasabah (*Customer Service*)

Staff *Customer Service* merupakan bagian dari unit pelayanan nasabah yang langsung berhadapan dengan nasabah pembiayaan dan pendanaan. Staf bagian *Customer Service* memiliki tugas antara lain:

- a) Staff *Customer Service* memberikan unit informasi kepada nasabah atau calon nasabah mengenai produk BSB
- b) Staff *Customer Service* melayani nasabah dalam pembukaan rekening tabungan
- c) Staff *Customer Service* melayani Nasabah dalam pembukaan rekening giro baik perorangan maupun badan usaha.
- d) Staff *Customer Service* memeriksa kelengkapan data nasabah dalam pembukaan rekening koran, diproses ke Legal untuk diperiksa.
- e) Staff *Customer Service* memberi informasi bila nasabah akan melakukan perubahan *speciment*, alamat tanda tangan.
- f) Staff *Customer Service* menerima dan menginventarisir keluhan-keluhan nasabah untuk diteruskan kepada pejabat yang berwenang guna memberikan pelayanan memuaskan kepada nasabah.
- g) Staff *Customer Service* menerima permohonan permintaan cek atau bilyet giro
- h) Staff *Customer Service* memproses permohonan informasi saldo via telepon
- i) Staff *Customer Service* melayani komplain/keluhan nasabah baik lisan/tertulis di pelayanan di CS dengan karyawandministrasikan terlebih dahulu untuk dibahas dengan

pimpinan untuk mencari solusi terbaik sebelum jawaban *complaint* disampaikan ke Nasabah.

- j) Staff *Customer Service* melayani permohonan dan mencetak ATM
 - k) Staff *Customer Service* melaksanakan tugas-tugas kedinasan lainnya yang diberikan atasan dalam rangka menunjang kepentingan bisnis dan operasional Kanca Syari'ah karyawanntaranya adalah marketing yang meliputi pemasaran produk dan Mobilisasi dana.
 - l) Staff *Customer Service* memberikan kualitas pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah.
 - m) Staff *Customer Service* membuat Lap. DPK III (Tab. Giro, Deposito) setiap Bulan ke Kantor Pusat.
 - n) Staff *Customer Service* membuat laporan Pertumbuhan/pergerakan funding RO/AO dilaporkan ke Pimpinan cabang setiap minggu.
 - o) Staff *Customer Service* memenuhi tugas - tugas yang diberikan oleh Managemen apapun bentuknya yang berkaitan dengan tugas-tugas bagian deposito.
- 9) Teller

Staff *Teller* merupakan bagian dari unit pelayanan nasabah yang langsung berhadapan dengan dana nasabah baik nasabah

pembiayaan maupun pendanaan. Staf bagian *Tellers* memiliki tugas antara lain:

Teller melakukan tambahan kas agar kelancaran pelayanan kepada nasabah dapat berjalan dengan baik dan memuaskan.

1. *Teller* menerima uang setoran dari nasabah dan mencocokkan dengan tanda setorannya guna memastikan kebenaran transaksi dan keaslian uang yang diterima.
2. *Teller* menerima setoran tunai deposito.
3. *Teller* memeriksa keabsahan aplikasi setoran.
4. *Teller* melakukan validasi dan cap *posted teller*.
5. *Teller* menerima setoran tunai untuk bank lain (transfer atau LLG).
6. *Teller* menerima setoran tunai ke cabang (Transfer atau RAK)
7. *Teller* memeriksa kelengkapan pengisian pada mekaryawan pemindah bukuan pada saat pemindah bukuan.
8. *Teller* menerima dan meneliti keabsahan tanda setoran dan warkat kliring penyerahan dari nasabah atau CS guna memastikan kebenaran dan keamanan transaksi.
9. *Teller* mengkoordinasikan tugas unit kerja kas & *teller* dengan bagian lain yang terkait.

2. Analisis Strategi Marketing Produk Simpanan Pelajar di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu H.R. Muhammad Kota Surabaya.

Perkembangan dunia perbankan yang cepat terbukti dengan banyaknya muncul bank-bank pemerintah maupun swasta. Perkembangan tersebut membuat Bank Syariah Bukopin KCP H.R. Muhammad Kota Surabaya harus lebih meningkatkan keunggulan bersaingnya sehingga tidak kalah bersaing dari bank lainnya dan memiliki nasabah yang loyal kepada Bank Syariah Bukopin. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan produk-produk yang lebih menguntungkan dan menarik dari produk bank lainnya.

a. Strategi marketing untuk mendapatkan nasabah yang loyal

Untuk mengetahui bagaimana pendapat pegawai Bank Syariah Bukopin KCP H.R. Muhammad Kota Surabaya tentang marketing dalam mengembangkan produk – produk perbankan syari’ah salah satunya simpanan pelajar, maka penulis mengajukan pertanyaan kepada informan yaitu bagaimana strategi marketing yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin untuk mengembangkan produk – produk perbankan syari’ah? dan jawaban informan adalah sebagai berikut:

Strategi Untuk mengembangkan produk – produk perbankan syari’ah dapat dilaksanakan dengan beberapa cara diantaranya :

Pertama, dari sisi internal SDM Bank Syariah Bukopin yaitu memperkuat barisan pegawai dengan pemberian berbagai ilmu pengetahuan perbankan dan pemahaman produk Bank Syariah Bukopin yang detail yaitu dengan memberikan pendidikan

terlebih dahulu kepada pegawai baru sebelum resmi menjadi petugas yang siap melayani nasabah baik di dalam maupun di luar kantor Bank Syariah Bukopin.

Kedua, lebih memperhatikan kelengkapan sarana dan prasarana yang berhubungan dengan fasilitas Bank Syariah Bukopin yang diperuntukkan untuk sebuah instansi atau sekolah seperti kebersihan dan kenyamanan bertransaksi di ruang ATM Bank Syariah Bukopin, tersedianya berbagai brosur produk Bank Syariah Bukopin di ruang ATM Bank Syariah Bukopin, melakukan sarana E- buss kesekolah yang sudah melakukan kerja sama, sertamemberikan fasilitas sponsorship.

Ketiga, lebih meningkatkan mutu pelayanan petugas Bank Syariah Bukopin kearah pemberian pelayanan yang prima dengan ketulusan memberi senyum sapa dan salam kepada seluruh nasabah yang bertransaksi di Bank Syariah Bukopin baik secara langsung di unit kerja Bank Syariah Bukopin ataupun saat nasabah menghubungi Bank Syariah Bukopin melalui sarana telepon serta pelayanan terhadap pihak instansi atau sekolah.

Kempat, dari sisi kegiatan pelaksanaan pemasaran eksternal yaitu selalu melakukan sosialisasi mengenai produk-produk Bank Syariah Bukopin kepada siswa, guru serta orang tua atau wali murid di sebuah instansi atau sekolah, giat melaksanakan pameran di pusat keramaian maupun melaksanakan business gathering bersama pihak instansi/Sekolah yang *bonafit*.⁶

Kegiatan yang dilakukan Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad dalam meningkatkan marketing produk – produk perbankan syariah diantaranya memberikan pelayanan yang prima kepada seluruh nasabah yang berbankir di Bank Syariah Bukopin baik nasabah Bank Syariah Bukopin sendiri maupun nasabah bank lain yang turut bertransaksi di Bank Syariah Bukopin diantaranya yaitu menggunakan jasa ATM Bank Syariah Bukopin, pelayanan ATM Bank Syariah Bukopin nonstop online selama 24 jam seharinya dengan dilengkapi fasilitas ruangan ATM yang nyaman, dan menyediakan layanan keliling berupa E-buzz untuk siswa, guru serta orang tua atau wali murid yang dilengkapi fasilitas brosur- brosur produk Bank Syariah Bukopin yang dapat diterima oleh Siswa, guru serta orang tua atau wali murid pengguna jasa layanan ATM Bank Syariah Bukopin dan menyebarkan brosur-brosur produk Bank Syariah Bukopin dan memasang spanduk produk Bank Syariah Bukopin sehingga guru serta orang tua atau wali murid serta masyarakat dapat lebih

⁶ Lilik khasanah, Koordinator Pelaksana KCP H.R.Muhammad,Wawancara, Surabaya, 12 februari 2018.

mengenal Bank Syariah Bukopin dan berbankir kepada Bank Syariah Bukopin.⁷

Strategi marketing yang dilakukan seperti melakukan penawaran kerjasama kepada instansi/lembaga yang ada disekitar wilayah kerja Bank Syariah Bukopin termasuk pelaksanaan pemberian sponsor kepada instansi/lembaga yang telah bekerjasama dengan Bank Syariah Bukopin, mensosialisasikan produk-produk Bank Syariah Bukopin kepada sekolah-sekolah yang ada di wilayah kerja Bank Syariah Bukopin sehingga dapat menimbulkan brand image Bank Syariah Bukopin kepada siswa/siswi sejak usia dini sehingga diharapkan akan selalu ingat kepada Bank Syariah Bukopin ke depannya, melaksanakan kegiatan marketing produk Bank Syariah Bukopin langsung di lokasi-lokasi pusat keramaian baik pasar, mall, perkantoran, rumah sakit dan sekolah dengan menggunakan fasilitas yang dimiliki Bank Syariah Bukopin diantaranya Mobil Teras Bank Syariah Bukopin untuk menerima dan melayani kebutuhan masyarakat dilingkungan keramaian seperti pasar dan mobil e-Buzz Bank Syariah Bukopin untuk melayani kebutuhan masyarakat dilingkungan mall, perkantoran, instansi, sekolah maupun rumah sakit.⁸

Observasi yang penulis lakukan di lapangan, terlihat upaya Bank Syariah Bukopin KCP H.R. Muahammad dalam menerapkan marketing public relations dalam mengembangkan keunggulan bersaing seperti pimpinan yang bertindak langsung dalam mempromosikan produk dan layanan Bank Syariah Bukopin kepada nasabahnya dan pimpinan memberikan arahan dan pendidikan kepada karyawan sehingga karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah dan bisa mempromosikan produk Bank Syariah Bukopin. Hal tersebut sebagai upaya dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

Kegiatan marketing public relations dalam mengembangkan keunggulan bersaing yang dilakukan Bank Syariah Bukopin KCP

⁷ Royan Khusnul A., Costumer Service, Wawancara, Surabaya, 7 Februari 2018.

⁸ Laila Nurul Rahmawati, Team Leader Funding, Wawancara, Surabaya, 8 Februari 2018.

H.R.Muhammad yaitu dengan memperkuat barisan pegawai, lebih memperhatikan kelengkapan sarana dan prasarana, lebih mementingkan mutu pelayanan petugas dan selalu melakukansosialisasi mengenai produk-produk Bank Syariah Bukopin kepada nasabah dan masyarakat umum yang telah diungkapkan ibu Lilik Khasanah selaku koordinator pelaksana KCP HR Muhammad. Pendapat tersebut sama halnya dengan yang diungkapkan ibu Laila dan bapak Royan selaku pegawai Bank Syariah Bukopin KCP H.R. Muhammad.

Harapan Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad yaitu harapan ke depannya bahwa Bank Syariah Bukopin umumnya dan Bank Syariah Bukopin KCP H.R. Muhammad khususnya terus berkembang dan semakin maju sehingga dapat menjadikan Bank Syariah Bukopin bank terbesar di Indonesia. Target utama Bank Syariah Bukopin adalah menjadi bank dengan asset terbesar dan perolehan profit terbesar di antara bank pesaing serta bank yang memberikan pelayanan terbaik dan dipercaya oleh masyarakat.

- b. Marketing melakukan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program- program

Dari indikator tersebut, penulis mengajukan pertanyaan kepada informan yaitu apakah Bank Syariah Bukopin KCP H.R. Muhammad Kota Surabaya melakukan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program-programnya? Apa saja kegiatan-kegiatan yang dilakukan

oleh Bank Syariah Bukopin KCP H.R. Muhammad Kota Surabaya?
Seperti apa perencanaan program pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin dan seperti apa bentuk evaluasi yang dilakukan dalam perencanaan tersebut? Kemudian informan memberi jawaban sebagai berikut:

Perencanaan program pemasaran yang akan dilaksanakan oleh Bank Syariah Bukopin sebagai berikut seperti menetapkan wilayah target pemasaran disekitar unit kerja Bank Syariah Bukopin (mapping wilayah pemasaran). Selanjutnya atas *mapping* tersebut disusun RPT (Rencana Pemasaran Tahunan) yang berisikan daftar nama-nama Sekolah - sekolah ataupun instansi yang akan dikunjungi secara pasti oleh tim pemasar Bank Syariah Bukopin (TL Funding/KORPEL KCP) dalam 1 (satu) tahun. Terhadap RPT tersebut kemudian dipilah kembali menjadi Rencana Pemasaran Triwulan bahkan sampai dengan Rencana Pemasaran Bulanan yaitu dengan memilih secara yakin dan pasti terhadap calon nasabah yang bisa kerjasama, yang akan langsung dikunjungi. Berdasarkan rencana pemasaran bulanan tersebut maka tim pemasar Bank Syariah Bukopin akan siap terjun ke lapangan mendatangi calon nasabah potensial tersebut sesuai dengan daftar list target sasarannya. Setiap kunjungan akan selalu dilengkapi dengan Laporan berupa hasil kunjungan kepada instansi atau sekolah yang siap melakukan kerjasama yaitu Laporan Kunjungan Nasabah (LKN) yang berisikan data-data calon instansi atau sekolah yang telah dikunjungi serta hasil penawaran produk simpanan pelajar, tim pemasar yaitu apakah calon instansi atau sekolah bersedia kerjasama atau melakukan MoU di Bank Syariah Bukopin ataupun belum bersedia. Apabila hasil kunjungan menyatakan bahwa calon instansi atau sekolah bersedia berbankir di Bank Syariah Bukopin maka calon instansi atau sekolah tersebut akan mendatangi ataupun pihak perbankan akan mengunjungi secara langsung untuk melakukan kerjasama dengan Bank Syari'ah Bukopin. Namun apabila hasil kunjungan menyatakan calon instansi atau sekolah belum bersedia untuk Bekerja sama atau melakukan MoU di Bank Syariah Bukopin, maka tim pemasaran akan menjadwalkan ulang waktu kunjungan berikutnya untuk

menawarkan ulang produk Bank Syariah Bukopin tersebut kemudian baru dilakukan evaluasi.⁹

Mendatangi calon instansi atau sekolah yang sudah direncanakan di RPT dan sampaikan tentang produk-produk Bank Syariah Bukopin. Dan terakhir dilakukan evaluasi kegiatan tersebut. Adapun bentuk evaluasi yang selalu dilaksanakan oleh Bank Syariah Bukopin sebagai berikut: Evaluasi yang bersifat mingguan yaitu mengevaluasi hasil kunjungan tim pemasar setiap selesai melaksanakan kunjungan kelapangan yaitu biasa dilaksanakan di hari Jum'at ataupun hari Senin. Evaluasi yang bersifat bulanan yaitu melaporkan hasil kunjungan tim pemasaran yang telah dilaksanakan dalam 1 (satu) bulan kepada kanca induk yaitu Kanca Bank Syariah Bukopin untuk mendapatkan arahan dan masukan terhadap pelaksanaan kegiatan pemasaran yang telah dilaksanakan dalam bulan tersebut. Evaluasi yang bersifat triwulan yaitu evaluasi yang dilaksanakan bersama tim Kantor wilayah Bank Syariah Bukopin Jawa Timur terhadap pencapaian hasil pemasaran di seluruh unit kerja se-Kanwil Bank Syariah Bukopin Jawa Timur setiap 3 (tiga) bulan sekali yaitu untuk posisi bulan Maret, Juni, September dan Desember setiap tahunnya.¹⁰

Bank Syariah Bukopin KCP H.R. Muhammad telah beberapa kali mengadakan program/kegiatan pemasaran produk Bank Syariah Bukopin diantaranya bekerjasama dengan pihak Sekolah dasar swasta yakni al hikmah dan muhammadiyah di Surabaya, dapat berjalan lancar serta mencapai target yang telah ditetapkan. Terhadap pelaksanaan program-program yang telah dilaksanakan tersebut selalu diadakan evaluasi untuk melihat berbagai hal yang dapat ditingkatkan terutama meningkatkan kepercayaan masyarakat di sekitar Bank Syariah Bukopin sehingga diharapkan akan dapat berbankir melalui Bank Syariah Bukopin. Terhadap hasil evaluasi yang telah dilaksanakan tersebut diharapkan dapat lebih meningkatkan pelaksanaan pemasaran yang akan dilaksanakan terutama dalam memasarkan produk-produk unggul Bank Syariah Bukopin dikalangan sekolah.¹¹

Aktivitas Bank Syariah Bukopin KCP H.R. Muhammad selalu melakukan perencanaan, pelaksanaan dan terakhir dilakukan evaluasi

⁹ Laila Nurul Rahmawati, Team Leader Funding, Wawancara, Surabaya, 8 Februari 2018.

¹⁰ Lilik khasanah, Koordinator Pelaksana KCP H.R.Muhammad, Wawancara, Surabaya, 12 februari 2018.

¹¹ Royan Khusnul A., Costumer Service, Wawancara, Surabaya, 7 Februari 2018.

terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya kegiatan tersebut seperti menetapkan wilayah target pemasaran di sekitar unit kerja Bank Syariah Bukopin (*mapping* wilayah pemasaran). Kemudian dari *mapping* tersebut dibuat RPT dan daftar nama- nama instansi atau sekolah yang ada di RPT tersebut barulah didatangi oleh Team funding ataupun KoorPel KCP. Dan dilakukan promosi kepada instansi atau sekolah yang telah sepakat melakukan kerjasama tersebut, terakhir baru dilakukan evaluasi yang dikatakan oleh ibu lilik khasanah. Sedangkan responden lainnya, ibu laila dan bapak royan memiliki pendapat yang sama.

Observasi penulis di lapangan, memang terlihat kegiatan yang dilakukan sebelumnya telah direncanakan terlebih dahulu. Team funding yang mendatangi instansi atau sekolah yang sebelumnya sudah ditetapkan di RPT (Rencana Pemasaran Tahunan) dan kemudian Koordinator Pelaksana menganalisis apakah cocok target tersebut diajak bergabung dengan Bank Syariah Bukopin.

- c. Marketing berupaya mempengaruhi atau menciptakan opini publik yang menguntungkan

Dari indikator tersebut, penulis mengajukan pertanyaan kepada informan yaitu seperti apa upaya Bank Syariah Bukopin untuk mempengaruhi atau menciptakan opini publik yang menguntungkan? Adakah Bank Syariah Bukopin menjalin hubungan baik dengan pihak-pihak eksternal lain selain masyarakat? Jika ada, pihak apa saja dan

bagaimanakah bentuk-bentuk hubungan yang dijalin? Bagaimanakah kualitas hubungan tersebut? Kemudian informan memberi jawaban sebagai berikut:

Upaya Bank Syariah Bukopin mempengaruhi atau menciptakan opini publik yang menguntungkan seperti adanya informasi kinerja bank di majalah info bank yang menilai kinerja seluruh bank dimana rating penilaian Bank Syariah Bukopin selalu bagus. Terhadap rating penilaian tersebut akan memacu instansi atau sekolah untuk bergabung bersama Bank Syariah Bukopin. Bank Syariah Bukopin selalu menjalin dan menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak eksternal yaitu diantaranya: instansi-instansi pemerintah, TNI/POLRI, instansi swasta, lembaga pendidikan, rumah sakit negeri dan swasta serta komunitas-komunitas yang ada di wilayah kerja Bank Syariah Bukopin. Kualitas hubungan kerjasama yang telah terjalin adalah sangat baik, hal ini dapat terlihat dari banyaknya penempatan ATM di lokasi instansi atau sekolah - sekolah, perusahaan, perkantoran yang ada, penempatan Kantor Kas Bank Syariah Bukopin yang bekerja sama dengan bank bukopin, tersebar di beberapa instansi, perusahaan, perkantoran, mall yang ada di Surabaya.¹²

Upaya Bank Syariah Bukopin mempengaruhi atau menciptakan opini publik yang menguntungkan seperti adanya informasi bahwa Bank Syariah Bukopin merupakan bank yang mendapat laba tertinggi di antara bank pesaing serta informasi bank yang menjunjung kinerja bersih (good corporate governance (GCG)), sehingga menimbulkan minat instansi atau sekolah untuk melakukan kerja sama bersama Bank Syariah Bukopin. Terkait produk Bank Syariah Bukopin, Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad secara berkala menginformasikan berbagai sponsorship ataupun hadiah dari produk simpanan pelajar yang sedang berjalan sehingga menimbulkan rasa percaya dan keinginan untuk mendapatkan kesempatan yang sama oleh instansi atau sekolah dengan cara terpacu untuk menambah jumlah saldo tabungannya. Adapun hubungan baik yang telah terbina adalah hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, yaitu Bank Syariah Bukopin dapat memasarkan dan melayani kebutuhan perbankan bagi pihak-pihak yang membutuhkan diantaranya: pembayaran gaji pegawai, layanan pinjaman bagi pegawai dan layanan jasa bank lainnya serta pihak-pihak terkait mendapatkan kemudahan

¹² Lilik khasanah, Koordinator Pelaksana KCP H.R.Muhammad, Wawancara, Surabaya, februari 2018.

dalam *maintenance* pembayaran gaji pekerjanya serta pembayaran biaya pendidikan serta tabungan rencana untuk pelajar karena telah dibantu oleh Bank Syariah Bukopin. Guru, pegawai serta pelajarnya mendapatkan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhannya dari pinjaman pegawai yang disediakan oleh Bank Syariah Bukopin dan adanya fasilitas jasa bank berupa e-channel Bank Syariah Bukopin atau ATM yang diletakkan di instansi atau sekolah-sekolah yang membutuhkan sehingga mempermudah kebutuhan layanan perbankan bagi instansi/sekolah-sekolah tersebut serta bagi instansi atau sekolah yang akan berbankir. Selain itu Bank Syariah Bukopin pun dapat memberikan promosi/ sponsor atas suatu kegiatan yang akan dilaksanakan oleh pihak instansi atau sekolah dalam rangka menjalin dan menjaga hubungan baik yang telah ada. Dan kualitas hubungan kerjasama yang telah terjalin sangat baik.¹³

Menginformasikan kepada seluruh instansi atau sekolah bahwa Bank Syariah Bukopin adalah bank yang terpercaya dan bersih yaitu dengan cara memasang informasi bahwa Bank Syariah Bukopin memegang teguh dan mengimplementasikan Fakta Integritas yaitu bahwa pegawai Bank Syariah Bukopin dilarang menerima dan meminta kepada nasabah karena semua pelayanan yang diberikan merupakan tanggung jawab pegawai yang harus dilakukan dengan setulus hati serta kepuasan pihak instansi atau sekolah. Sehingga dengan banyaknya informasi yang diketahui oleh nasabah tersebut, akan dapat menciptakan opini yang menguntungkan bagi Bank Syariah Bukopin karena nasabah merasa aman menggunakan jasa Bank Syariah Bukopin dan instansi atau sekolah bisa merekomendasikan Bank Syariah Bukopin kepada instansi atau sekolah lainnya, saudara, teman atau rekan kerjanya untuk menggunakan jasa bank Bank Syariah Bukopin karena Bank Syariah Bukopin merupakan bank yang sehat, kinerja yang bagus, menguntungkan dan tidak akan kehilangan dana jika menabung di Bank Syariah Bukopin. Dan kualitas hubungan tersebut sangat baik.¹⁴

Upaya-upaya serta kegiatan yang dilakukan Bank Syariah Bukopin KCP H.R. Muhammad Kota Surabaya tersebut dapat menciptakan opini yang menguntungkan bagi bank. Secara tidak langsung dapat meningkatkan keuntungan bank karena opini yang baik

¹³Laila Nurul Rahmawati, Team Leader Funding, Wawancara, Surabaya, 8 Februari 2018.

¹⁴Royan Khusnul A., Costumer Service, Wawancara, Surabaya, 7 Februari 2018.

sudah terbentuk di instansi atau sekolah. Seperti menginformasikan kepada seluruh instansi atau sekolah bahwa Bank Syariah Bukopin adalah bank yang terpercaya dan bersih yaitu dengan cara memasang informasi bahwa Bank Syariah Bukopin memegang teguh dan mengimplementasikan Fakta Integritas yaitu bahwa pegawai Bank Syariah Bukopin dilarang menerima dan meminta kepada instansi atau sekolah karena semua pelayanan yang diberikan merupakan tanggung jawab pegawai yang harus dilakukan dengan setulus hati dan kepuasan suatu instansi atau sekolah.

Observasi penulis, bahwa terlihat poster-poster dan iklan-iklan yang memberikan informasi kepada instansi atau sekolah tentang pencapaian kinerja Bank Syariah Bukopin dan promo-promo produk yang terpajang rapi di setiap instansi atau sekolah yang menjalin kerjasama, dipintu masuk maupun didalam Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad tersebut.

- d. Marketing berupaya meningkatkan mutu, kuantitas dan kualitas produk dan jasa perusahaan

Dari indikator tersebut, penulis mengajukan pertanyaan kepada informan yaitu bagaimana upaya Bank Syariah Bukopin dalam meningkatkan mutu, kuantitas dan kualitas produk dan jasa perusahaan? Seperti apa mutu, kuantitas dan kualitas Bank Syariah Bukopin saat ini? Kemudian informan memberi jawaban sebagai berikut:

Upaya yang telah dilaksanakan Bank Syariah Bukopin dalam rangka peningkatan mutu, kuantitas dan kualitas produk dan layanan jasa perbankan lainnya adalah dengan selalu mengevaluasi produk dan jasa layanan yang telah ada saat ini serta selalu berupaya untuk memunculkan strategi baru pada tsimpanan pelajar setiap tahunnya agar dapat menimbulkan ketertarikan bagi instansi atau sekolah untuk terus bekerja sama di Bank Syariah Bukopin. Untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang prima, Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad selalu memberikan pelayanan yang prima yaitu penuh senyum, sapa dan salam kepada seluruh nasabah yang berada di instansi atau sekolahnya serta melayani secara professional dan setulus hati.¹⁵

Saat ini Bank Syariah Bukopin selalu menjadi bank yang memiliki laba tertinggi diantara bank pesaing lainnya. Dari tahun ke tahun Bank Syariah Bukopin sukses mendapatkan berbagai penghargaan yang bisa diakses di www.syariahbukopin.co.id, hal membuktikan kepercayaan dan kecintaan nasabah kepada Bank Syariah Bukopin. Dengan adanya perolehan prestasi - prestasi dan berbagai penghargaan yang diperoleh Bank Syariah Bukopin sampai dengan saat ini telah membuktikan mutu dan kualitas Bank Syariah Bukopin telah dapat diterima dan dipercaya oleh instansi atau sekolah dan masyarakat luas.¹⁶

Ketertarikan publik serta instansi atau sekolah terhadap produk simpanan pelajar Bank Syariah Bukopin saat ini sangat bagus, hal tersebut dapat menunjukkan mutu yang sudah meningkat. Hal tersebut disebabkan banyaknya variasi strategi yang menarik serta diterapkan pada produk yang ditawarkan Bank Syariah Bukopin yaitu produk tabungan Simpanan pelajar IB atau disingkat Simpel IB,. Hal lain yang menimbulkan ketertarikan instansi atau sekolah serta public kepada Bank Syariah Bukopin adalah adanya penerapan layanan serta kerjasama perbankan yang baik dan bersih (Good Corporate Government) dan kinerja yang baik dari Bank Syariah Bukopin yaitu selalu memperoleh berbagai penghargaan setiap tahunnya yang berarti Bank Syariah Bukopin banyak diminati instansi atau sekolah dalam bertransaksi perbankan hingga saat ini dan kedepannya nanti.¹⁷

¹⁵ Laila Nurul Rahmawati, Team Leader Funding, Wawancara, Surabaya, 12 Februari 2018.

¹⁶ Lilik khasanah, Koordinator Pelaksana KCP H.R.Muhammad, Wawancara, Surabaya, 12 februari 2018.

¹⁷ Royan Khusnul A., Costumer Service, Wawancara, Surabaya, 8 Februari 2018.

Upaya meningkatkan mutu, kuantitas dan kualitas produk dan layanan dengan selalu mengevaluasi produk dan jasa layanan yang telah ada saat ini serta selalu berupaya untuk memunculkan strategi produk baru setiap tahunnya agar dapat menimbulkan ketertarikan bagi instansi atau sekolah untuk terus terikat kerjasama di Bank Syariah Bukopin yang diungkapkan oleh Ibu Laila. Sedangkan pimpinan mengatakan selalu menjadi bank yang memiliki laba tertinggi diantara bank pesaing lainnya sebagaimana yang diutarakan oleh Ibu Lilik. Sebagai bukti mutu dan kualitas Bank Syariah Bukopin bisa diterima instansi atau sekolah. Dan menurut Bapak Royan, ketertarikan instansi atau sekolah serta publik terhadap produk simpanan pelajar IB, Bank Syariah Bukopin saat ini sangat bagus, hal tersebut dapat menunjukkan mutu yang sudah meningkat.

- e. Marketing berupaya menumbuhkan good will (itikad baik) dan loyalitaskonsumen

Dari indikator tersebut, penulis mengajukan pertanyaan kepada informan yaitu seperti apa upaya Bank Syariah Bukopin dalam menumbuhkan good will dan loyalitas konsumen? Menurut anda apakah dari komunikasi yang baik dapat menumbuhkan itikad baik dan loyalitas konsumen? Bagaimanakah cara komunikasi yang dilakukan Bank Syariah Bukopin dalam membangun loyalitas nasabah? Dan jawaban informan adalah sebagai berikut:

Yaitu dengan adanya komunikasi yang baik dan bersifat dua arah tentunya akan dapat menumbuhkan itikad baik dan loyalitas dari pihak instansi atau sekolah. Hal tersebut tentunya dapat terlaksana karena instansi atau sekolah merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak Bank Syariah Bukopin. Dengan adanya kerjasama yang terjalin dengan komunikasi yang baik (beretika dan sopan santun) sehingga akan menimbulkan hubungan yang harmonis dengan nasabah serta dapat mewujudkan suatu keuntungan yang baru bagi Bank Syariah Bukopin yaitu dengan adanya informasi secara lisan dari pihak instansi atau sekolah atas pelayanan Bank Syariah Bukopin yang baik kepada pihak keluarga ataupun rekanan nasabah tersebut sehingga Bank Syariah Bukopin mendapatkan instansi atau sekolah baru untuk bekerjasama. Sistem pemasaran seperti ini disebut dengan pemasaran *Member Get Member* yang terus akan berkembang dengan biaya yang minim namun hasil optimal.¹⁸

Untuk membangun loyalitas dan itikad baik pihak instansi atau sekolah Bank Syariah Bukopin maka diperlukan komunikasi yang baik yaitu komunikasi yang dilaksanakan dengan etika dan sopan santun yang baik yang dapat dilakukan baik menggunakan sarana telepon maupun mengunjungi instansi atau sekolah secara berkala.¹⁹

Sampai saat ini loyalitas yang terbangun dengan pihak instansi atau sekolah sangat bagus. Karena selalu menjaga komunikasi dengan para instansi atau sekolahnya. Selain itu dapat juga dilaksanakan dengan memberikan perhatian yang lebih kepada instansi atau sekolah seperti memberikan bingkisan atau souvenir atau ucapan terhadap instansi atau sekolah yang berulang tahun ataupun di hari special lainnya ataupun di saat instansi atau sekolah sedang mengalami musibah. Hal tersebut dilaksanakan dengan tujuan agar instansi atau sekolah selalu merasa diperhatikan sebagai keluarga besar Bank Syariah Bukopin dan diharapkan akan menimbulkan rasa bangga berbankir di Bank Syariah Bukopin.²⁰

Seperti yang dijelaskan Pimpinan Bank Syariah Bukopin KCP,

Ibu Lilik, dalam menumbuhkan *good will* dan loyalitas konsumen

¹⁸ Lilik khasanah, Koordinator Pelaksana KCP H.R.Muhammad, Wawancara, Surabaya, 14 februari 2018.

¹⁹ Laila Nurul Rahmawati, Team Leader Funding, Wawancara, Surabaya, 12 Februari 2018.

²⁰ Royan Khusnul A., Costumer Service, Wawancara, Surabaya, 8 Februari 2018.

Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad menjaga komunikasi dengan pihak instansi atau sekolahnya. Karena dengan komunikasi yang baik dapat menumbuhkan itikad baik dan loyalitas dari instansi atau sekolah selain itu Ibu Laila dan Bapak Royan sependapat apa yang dikatakan oleh koordinator KCP.

Observasi penulis di kantor Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad kota Surabaya, terlihat adanya upaya Bank Syariah Bukopin tersebut dalam menumbuhkan itikad baik dan loyalitas konsumennya. Seperti pertemuan khusus yang dilakukan pimpinan cabang pembantu dengan salah seorang pihak instansi atau sekolahnya, yaitu dengan langsung mengunjungi instansi atau sekolahnya tersebut di kantornya. Seperti hubungan kerja sama yang harmonis terjalin antara Bank Syariah Bukopin dan sekolah islam terpadu al hikmah surabaya.

- f. *Marketing* melakukan strategy *pull* (menarik), *push* (mendorong), and *added value* (kepuasan)

Dari indikator tersebut, penulis mengajukan pertanyaan kepada informan yaitu Apakah Bank Syariah Bukopin melakukan strategi *pull*, *push* and *added value*? Dan bagaimana pelaksanaan dari strategi tersebut? Berikut jawaban dari informan :

Pasti, Bank Syariah Bukopin pasti melakukan strategi *pull*, *push* and *added value*. Pelaksanaan strategi *pull* yang telah dilakukan yaitu diantaranya dengan cara menyediakan brosur produk simpanan pelajar Bank Syariah Bukopin di E- buzz, tersedianya sponsorship yang ditujukan untuk suatu instansi atau sekolah, serta adanya informasi bagi hasil digital di e buzz untuk

melihat informasi bagi hasil simpanan yang berlaku saat ini, disediakannya souvenir atau hadiah bagi nasabah baru sehingga diharapkan instansi atau sekolah akan tertarik untuk bekerja sama serta berbankir melalui Bank Syariah Bukopin. Pelaksanaan strategi *push* yang telah dilaksanakan diantaranya adalah penawaran program yang berhubungan dengan produk Bank Syariah Bukopin seperti beasiswa siswa prestasi sehingga diharapkan dapat mendorong pihak instansi atau sekolah untuk menjalin kerjasama di Bank Syariah Bukopin dan menambah saldonya serta berkeinginan untuk memindahkan tabungannya dari bank lain ke Bank Syariah Bukopin.²¹

Upaya menjalankan aktivitas perbankan, Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad melakukan strategy *pull* (menarik), *push* (mendorong), and *added value* (kepuasan) bagi pihak instansi atau sekolah. Seperti melakukan promosi-promosi dan mendatangi instansi atau sekolah yang sudah ditetapkan sebelumnya di RPT (Rencana Pemasaran Tahunan). Dari strategi yang dilakukan tersebut, maka instansi atau sekolah atau calon instansi atau sekolah tertarik dan terdorong untuk menggunakan jasa bank dan yang sudah menjadi instansi atau sekolah akan tetap menjalin kerjasama serta menggunakan jasa bank.²²

Usaha untuk menarik, mendorong serta memberikan kepuasan instansi atau sekolah agar bersedia menggunakan jasa Bank Syariah Bukopin seperti dengan memberikan program-program yang menarik, beasiswa siswa prestasi, bagi hasil atau bonus yang tinggi, adanya pelayanan terbaik yang diberikan oleh karyawan bank kepada instansi atau sekolah, adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya, hal ini penting agar instansi atau sekolah yakin akan bekerjasama ataupun bertransaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran. Kemudian kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat, serta memuaskan pelanggan. Terakhir Bank Syariah Bukopin mampu memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan instansi atau sekolah secara efektif.²³

Melalui taktik *pull* (menarik), *push* (mendorong) dan memberikan nilai-nilai (*added value*) atau kepuasan bagi pihak

²¹ Lilik khasanah, Koordinator Pelaksana KCP H.R.Muhammad, Wawancara, Surabaya, 14 februari 2018.

²² Royan Khusnul A., Costumer Service, Wawancara, Surabaya, 8 Februari 2018.

²³ Laila Nurul Rahmawati, Team Leader Funding, Wawancara, Surabaya, 12 Februari 2018.

instansi atau sekolah dalam mengkomunikasikan *strategy of Marketing*. Strategi *pull* yang dilakukan yaitu menyampaikan bahwa ada banyak brosur serta leflet simpanan pelajar di E- Buzz, beasiswa siswa prestasi, adanya papan bagi hasil digital, Strategi *push* yang dilakukan seperti cari data nasabah yang potensial dan dorong nasabah tersebut untuk mau memindahkan dananya ke Bank Syariah Bukopin, penawaran program yang berhubungan dengan produk Simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin seperti sponsorship serta pemberian souvenir sehingga diharapkan dapat mendorong instansi atau sekolah untuk menjalin kerjasama di Bank Syariah Bukopin dan menambah saldonya serta berkeinginan untuk memindahkan tabungannya dari bank lain ke Bank Syariah Bukopin seperti yang telah dikatakan oleh Ibu Lilik. Hal berbeda dikatakan Bapak Royan selaku CS Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad Kota Surabaya, bahwa strategi yang dilakukan dengan adanya promosi-promosi sehingga calon instansi atau sekolah tertarik dan terdorong untuk menggunakan jasa Bank Syariah Bukopin. Sedangkan menurut Ibu Laila, cara yang dilakukan dengan memberikan program-program yang menarik, bagi hasil yang tinggi dan adanya pelayanan yang terbaik. Dan terakhir memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif.

Observasi yang dilakukan penulis di kantor Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Pembantu, terlihat pegawai Bank Syariah

Bukopin yaitu Customer service yang melakukan strategi pull, push and added value kepada pihak instansi atau sekolah seperti giat melakukan strategi menarik dan mendorong nasabah untuk menggunakan layanan atau ikut program dari Bank Syariah Bukopin tersebut.

- g. *Marketing* mengkomunikasikan tata cara membuka produk simpanan pelajar.

Dari indikator tersebut, penulis mengajukan pertanyaan kepada informan yaitu bagaimana Bank Syariah Bukopin mengkomunikasikan tata cara pembukaan produk simpanan pelajar? Seperti apa kegiatan yang dilakukan? Dan bagaimana bentuk komunikasi Bank Syariah Bukopin dalam membangun pemahaman yang baik antara nasabah dan perusahaan? Berikut jawaban dari informan:

Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Pembantu H.R.Muhammad selalu mengkomunikasikan manfaat dan keuntungan atau keunggulan produk dan layanan jasa perbankan terutama produk simpanan pelajar. Adapun cara penyampaian informasi tersebut dapat dilaksanakan dengan berbagai cara diantaranya; pemberian informasi secara langsung oleh *Customer Service* dan *Teller* kepada instansi atau sekolah yang di datangi oleh pihak Bank Syariah Bukopin, pemberian informasi oleh tim *marketing* Bank Syariah Bukopin yang melakukan kunjungan ke sekolah - sekolah, Jadi, apabila sebuah lembaga pendidikan ingin bekerjasama dengan produk tabungan simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad harus mendatangi MOU (Memorandum of understanding) dengan Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad. Tata cara yang dilakukan lembaga pendidikan apabila ingin menjadi nasabah tabungan simpanan pelajar (Simpel) di Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad sebagai berikut:

Melaksanakan MOU/kerjasama dengan pihak bank.

- a) Mengisi aplikasi pembukaan rekening tabungan simpanan pelajar (Simpel).
- b) Daftar siswa/siswi yang ingin membuka rekening tabungan simpanan pelajar (Simpel).
- c) Menyerahkan fotocopy KTP salah satu orang tua/wali murid, fotocopy akte kelahiran dan fotocopy kartu keluarga.
- d) Pembukaan rekening tabungan simpanan pelajar (Simpel) minimal Rp 1.000,00

Untuk informasi produk dan layanan jasa perbankan yang lebih lengkap dapat mudah diperoleh di ruang ATM Bank Syariah Bukopin yaitu dalam bentuk materi komunikasi brosur-brosur yang tersedia dan bebas untuk diperoleh secara langsung ataupun melalui sarana komunikasi telepon ke Call Bank Syariah Bukopin 1500 666.²⁴

Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Bukopin H.R.Muhammad kota Surabaya selalu menginformasikan terkait produk simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin yang baru maupun ketentuan yang baru kepada instansi atau sekolah melalui bussinis gathering sehingga diharapkan instansi atau sekolah tersebut merasa puas karena selalu mendapat informasi yang terkini seputar perkembangan layanan Bank Syariah Bukopin. Adapun pemberian informasi yang telah dilaksanakan oleh Bank Syariah Bukopin diantaranya adalah memberikan informasi dengan memasang pengumuman di papan pengumuman atau informasi yang tersedia di unit kerja Bank Syariah Bukopin serta di E-buzz keliling, menghubungi instansi atau sekolah baik dengan cara menelepon ataupun mendatangi secara langsung untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Selain itu pihak Bank Syariah Bukopin secara berkala melakukan business gathering untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabahnya sekaligus mensosialisasikan produk-produk Bank Syariah Bukopin.²⁵

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin dalam rangka penerangan atau mendidik publik diantaranya adalah melaksanakan sponsorship bersama pihak terkait yaitu selain membantu pelaksanaan kegiatannya juga dapat dijadikan ajang

²⁴ Royan Khusnul A., Costumer Service, Wawancara, Surabaya, 12 Februari 2018.

²⁵ Lilik khasanah, Koordinator Pelaksana KCP H.R.Muhammad, Wawancara, Surabaya, 14 februari 2018.

sosialisasi atas pentingnya menabung serta menawarkan berbagai produk yang dimiliki Bank Syariah Bukopin. Kegiatan lainnya adalah melaksanakan kegiatan business gathering bersama pihak terkait dengan harapan selain dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan instansi atau sekolah atas layanan perbankan juga sekaligus menawarkan produk simpanan pelajar IB yang ada di Bank Syariah Bukopin. Serta melaksanakan kegiatan promosi di lingkungan instansi atau sekolah untuk memberikan informasi terkait pentingnya menabung dan pemahaman Guru, karyawan, pelajar dan orang tua terhadap layanan jasa perbankan yang disediakan oleh Bank Syariah Bukopin.

Mengkomunikasikan manfaat dan daya guna jasa perbankan melalui komunikasi terutama produk simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin jika terdapat lembaga pendidikan ingin bekerjasama dengan produk tabungan simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad harus mendatangi MOU dengan Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad. sebagai mana diungkapkan Bapak Royan selaku *Costumer Servise*, Hal tersebut memang benar kemudian ada penambahan seperti yang dikatakan oleh koordinator pelaksana KCP dan koordinator Pelaksana yaitu menginformasikan terkait produk-produk Bank Syariah Bukopin yang baru maupun ketentuan yang baru kepada instansi atau sekolah sehingga diharapkan instansi atau sekolah tersebut merasa

puas karena selalu mendapat informasi yang terkini seputar perkembangan layanan Bank Syariah Bukopin yang diungkapkan oleh koordinator pelaksana KCP. Dan melaksanakan sponsorship bersama pihak terkait yaitu selain membantu pelaksanaan kegiatannya juga dapat dijadikan ajang sosialisasi atas pentingnya menabung serta menawarkan berbagai produk yang dimiliki Bank Syariah Bukopin seperti yang dituturkan Koordinator Pelaksana.

3. Faktor Penunjang dan Penghambat Analisis strategi marketing produk simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad Kota Surabaya.

a. Faktor Penunjang

Penulis memberikan pertanyaan kepada responden, apakah faktor pendukung dalam strategi marketing produk simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad ?

Banyaknya strategi program-program pemasaran produk simpanan pelajar IB setiap tahunnya yang dipersembahkan bagi pihak instansi atau sekolah, selalu menjaga dan membina hubungan yang baik dan harmonis dengan pihak instansi atau sekolah, secara berkala selalu melaksanakan bussinis gathering serta sosialisasi produk Bank Syariah Bukopin kepada instansi atau sekolah.²⁶

Kepercayaan pihak instansi atau sekolah serta pihak pihak kepada dunia perbankan yang semakin baik sehingga dapat menentukan pilihannya untuk menjalin kerjasama di Bank Syariah Bukopin. Faktor pendukung lainnya adalah ketersediaan layanan ATM keliling Bank Syariah Bukopin melalui E – buzz ke instansi atau sekolah sehingga dapat memberikan kemudahan dalam melayani transaksi perbankan masyarakat terutama serta

²⁶ Lilik khasanah, Koordinator Pelaksana KCP H.R.Muhammad, Wawancara, Surabaya, 14 februari 2018.

pelayanan yang prima dari Bank Syariah Bukopin dan banyaknya alternative strategi dalam penerapan produk simpanan pelajar bagi instansi atau sekolah dengan berbagai kemudahan dan keunggulan serta program beasiswa ataupun program tambahan lainnya.²⁷

Untuk mengembangkan produk simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin, Bank Syariah Bukopin selalu mengadakan bussinis gathering serta sosialisasi tentang produk simpanan pelajar Bank Syariah Bukopin ke instansi atau sekolah, apa lagi bila ada strategi produk simpanan pelajar terbaru dari Bank Syariah Bukopin. Sehingga pihak instansi atau sekolah mengetahui kelebihan dari produk dan pelayanan Bank Syariah Bukopin mereka,serta dalam mengembangkan produk simpanan pelajar tentunya kita bisa melakukan gathering business berguna untuk menjalin kerja sama yang optimal.²⁸

Faktor pendukung dalam strategi marketing di Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad yaitu Banyaknya strategi program-program pemasaran produk simpanan pelajar IB setiap tahunnya seperti yang diungkapkan Ibu lilik selaku Koordinator pelaksana KCP, ketersediaan layanan ATM keliling Bank Syariah Bukopin melalui E – buzz ke instansi atau sekolah sehingga dapat memberikan kemudahan dalam melayani transaksi perbankan, serta pelayanan yang prima dari Bank Syariah Bukopin tambah Ibu Laila selaku Koordinator *Team Funding*. Sedangkan menurut Bapak Royan sosialisasi tentang produk simpanan pelajar IB Bank Syariah Bukopin ke instansi atau sekolah, apa lagi bila ada strategi produk terbaru dari Bank Syariah Bukopin.

Observasi penulis dilapangan, faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi marketing sangat penting. Dengan adanya

²⁷ Laila Nurul Rahmawati, Team Leader Funding, Wawancara, Surabaya, 14 Februari 2018.

²⁸ Royan Khusnul A., Costumer Service, Wawancara, Surabaya, 12 Februari 2018.

program dari kantor pusat yang akan memudahkan Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Pembantu H.R.Muhammad dalam memperkenalkan banknya kepada pihak instansi atau sekolah seperti yang dijelaskan koordinator pelaksana, Ibu Lilik. Kemudian dengan adanya hubungan baik yang terbentuk dengan pihak instansi atau sekolah merupakan faktor pendukung lainnya, karena dapat menumbuhkan kepercayaan dari mereka dan dapat menjalin kerja sama yang berkesinambungan seperti yang diungkapkan Ibu laila selaku Koordinator *Team Funding* Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad. Dan seperti penjelasan Bapak Royan selalunya melakukan sosialisasi kepada instansi atau sekolah tentang produk Bank Syariah Bukopin.

b. Faktor Penghambat

Penulis memberikan pertanyaan kepada responden, apakah faktor penghambat dari strategi marketing produk simpanan pelajar yang dilakukan Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad?

Keterbatasan Sumber Daya Manusia bagi Unit kerja yang baru, *turn over* pegawai yang cepat terutama pada posisi Costumer servise sehingga menimbulkan hambatan terkait penguasaan produk Simpanan Pelajar IB serta Strateginya Bank Syariah Bukopin oleh petugas Costumer servise tersebut dan membutuhkan tambahan waktu untuk mendidik dan membina para petugas baru tersebut agar pelayanan yang akan diberikan tetap prima, belum tersedianya tenaga pemasar khusus terutama di bidang pemasaran dana (Simpanan Pelajar), semakin ketatnya tingkat persaingan perbankan yaitu banyaknya bank

pesaing yang berada di wilayah kerja Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad.²⁹

Keterbatasan dari jumlah karyawan Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad itu sendiri. Termasuk Customer Service yang hanya beberapa orang. Hal tersebut membuat customer service sedikit kewalahan dalam menangani nasabah. Kemudian harus mengunjungi sekolah - sekolah yang sudah melakukan MoU kepada Bank Syari'ah Bukopin, Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad harus membebaskan Koordinator team untuk bisa menjadikan dirinya multifungsi dikarenakan kekurangan karyawan tersebut.³⁰

Hambatannya yaitu, dalam menemui calon nasabah yang belum kita kenal sebelumnya, hal tersebut sedikit sulit. Karena harus ada pendekatan yang lebih mendalam kepada calon nasabah tersebut. Harus bisa memahami karakternya sehingga kita bisa menentukan apakah orang atau pimpinan sekolah, instansi atau perusahaan tersebut layak diajak bergabung dengan Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad ini. Tantangan tim pemasar tetap ada yaitu dengan banyaknya persaingan produk yang ditawarkan oleh berbagai bank dengan promosi hadiah dan penawaran bagi hasil serta strategi yang bervariasi. Tantangan tersebut dapat diatasi oleh tim pemasar Bank Syariah Bukopin karena Bank Syariah Bukopin mempunyai variasi produk perbankan mulai dari produk tabungan yang khusus diperuntukan bagi anak-anak serta pengusaha dan juga kerjasama antar sekolah maupun instansi atau perusahaan, serta produk jasa perbankan lainnya.³¹

Dimana ada faktor pendukung, pasti ada faktor penghambatnya.

Hal tersebut pasti selalu ada dalam setiap perusahaan. Faktor penghambat yang ada pada Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad seperti semakin ketatnya tingkat persaingan perbankan yaitu banyaknya bank pesaing yang berada di wilayah kerja Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad seperti yang

²⁹ Lilik khasanah, Koordinator Pelaksana KCP H.R.Muhammad, Wawancara, Surabaya, 14 februari 2018.

³⁰ Royan Khusnul A., Costumer Service, Wawancara, Surabaya, 12 Februari 2018.

³¹ Laila Nurul Rahmawati, Team Leader Funding, Wawancara, Surabaya, 14 Februari 2018.

diungkapkan Ibu Lilik. Kemudian keterbatasan dari jumlah karyawan Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad itu sendiri keluh Bapak Royan. Dan juga dalam menemui calon instansi atau sekolah baru yang belum kita kenal sebelumnya, hal tersebut sedikit sulit. Karena harus ada pendekatan yang lebih mendalam kepada calon instansi atau sekolah tersebut seperti yang diungkapkan oleh Ibu Laila.

Hasil observasi di lapangan, memang terlihat posisi Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad berada di wilayah yang sudah banyak berdiri bank pemerintah maupun swasta ataupun sesama bank Bank Syariah Bukopin seperti yang diungkapkan Ibu Lilik. Pasti masyarakat disekitar tempat tersebut sudah pernah menjadi sasaran pemasaran oleh bank lain.

B. Analisis Data

Dari penyajian data, kemudian penulis menganalisa data tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Analisis Strategi Marketing Produk Simpanan Pelajar di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu H.R. Muhammad Kota Surabaya
 - a. Strategi *Marketing* yang dilakukan oleh Bank syariah bukopin cabang pembantu H.R.Muhammad kota surabaya dalam mengembangkan produk *funding* salah satunya simpanan pelajar adalah marketing melakukan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program yang dilakukan dengan merencanakan, melaksanakan dan melakukan evaluasi program pemasaran Bank

syariah bukopin cabang pembantu H.R.Muhammad kota surabaya, *Marketing* berupaya mempengaruhi atau menciptakan opini publik yang menguntungkan dengan komunikasi yang baik kepada setiap nasabah dengan menerapkan strategi yang menarik seperti pemberian beasiswa siswa prestasi, sponsorship, pemberian souvenir serta tambahan lainnya.

- b. *Marketing* berupaya menumbuhkan *good will* (itikad baik) dan loyalitas konsumen seperti menjaga komunikasi dengan para nasabah, *Marketing* melakukan strategi *pull* (menarik), *push* (mendorong), and *added value* (kepuasan) dengan program- program yang menarik, bagi hasil yang tinggi, adanya pelayanan terbaik,
- c. Kegiatan yang dilakukan Bank Syariah Bukopin cabang pembantu H.R. Muhammad kota Surabaya tersebut dapat dikatakan bahwa strategi *marketing* produk simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin cabang pembantu H.R. Muhammad kota Surabaya sudah cukup bagus ,namun kegiatan *marketing* sudah berusaha diimplementasikan secara maksimal dengan penerapan layanan E- buzz keliling serta *bussinis gathering* untuk bersosialisasi terhadap program strategi baru dan mempererat kekeluargaan.
- d. Jika setiap instansi atau sekolah yang akan membuka tabungan simpanan pelajar maka pihak marketing akan pemberian informasi secara langsung oleh *Costumer Service* dan *Teller* kepada nasabah pada instansi atau lembaga yang datang ke Bank Syariah Bukopin,

pemberian informasi oleh tim *marketing* Bank Syariah Bukopin yang melakukan kunjungan ke sekolah - sekolah, Jadi, apabila sebuah lembaga pendidikan ingin bekerjasama dengan produk tabungan simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad harus mendatangi MOU (Memorandum of understanding) dengan Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad dan mengikuti prosedur yang telah ditentukan.

2. Faktor Penunjang dan Penghambat strategi marketing produk simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin KCP H.R.Muhammad Kota Surabaya
 - a. Faktor penunjang dalam melakukan strategi *marketing* produk simpanan pelajar di Bank Syariah Bukopin cabang pembantu H.R. Muhammad kota Surabaya yaitu adanya program-program pemasaran seperti beasiswa siswa prestasi, *bussinis gathering*, sponsorship produk Bank Syari'ah Bukopin dari kantor pusat yang dapat mendukung program pemasaran Bank Syariah Bukopin cabang pembantu H.R. Muhammad kota Surabaya dalam memasarkan produk dan layanan yang dimiliki.
 - b. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu Bank Syariah Bukopin cabang pembantu H.R. Muhammad kota Surabaya yang baru berdiri ini berada dikawasan bisnis, persaingan yang terjadi antara bank-bank lain dan antara sesama Bank Syari'ah Bukopin. Jadi pasti Bank Syariah Bukopin cabang pembantu H.R. Muhammad kota Surabaya

yang baru berdiri ini, lebih susah menembus pangsa pasar yang sebelumnya pasti sudah dimasuki bank lain.