

BAB IV

PAPARAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Paparan Data

1. Sejarah Berdirinya Bank Jatim Syariah

Sejarah bank jatim syariah surabaya berawal dari sejarah Bank Pembangunan Daerah Jawa timur, yang dikenal dengan sebutan Bank JATIM, didirikan pada tanggal 17 agustus 1961 di Surabaya. Landasan hukum pendirian adalah Akte Notaris Anwar Mahajudin Nomor 91 tanggal 17 Agustus 1961 dan dilengkapi dengan landasan operasional Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor BUM.9-4-5 tanggal 15 Agustus 1961.

Dalam rangka mempertahankan eksistensi dan mengimbangi tuntutan perbankan saat itu, maka sesuai dengan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tahun buku 1997 telah disetujui perubahan bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah menjadi Perseroan Terbatas (PT). Berdasarkan Pasal 2 Peraturan Menteri Dalam Negeri (PMDN) Nomor 1 tahun 1998 tentang bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah, maka pada tanggal 20 maret 1999 Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur telah mensahkan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 1999 tentang Perubahan Bentuk Hukum Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Dari Perusahaan Daerah (PD) Menjadi Perseoran Terbatas Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur.

Bank Jatim merupakan bank konvensional yang peka terhadap kebutuhan masyarakat, sehingga Bank Jatim membentuk Unit Usaha Syariah yang didirikan berdasarkan Surat Bank Indonesia Nomor 9/75/DS/Sb tanggal 4 april 2007 perihal persetujuan prinsip pendirian Unit Usaha Syariah (UUS), pembentukan kantor cabang syariah dan anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS) serta surat Bank Indonesia Nomor 9/148/DPIP/Prz/Sb tanggal 24 juli 2007 perihal : izin pembukaan kantor cabang syariah.

Operasional Bank Jatim Syariah diresmikan pada hari selasa tanggal 21 Agustus 2007 betepatan dengan tanggal 8 syaban 1428 H. Dalam perjalanannya selama sebelas tahun beroperasi BankJatim Syariah telah hadir dengan banyak melakukan pengembanaan dan inovasi guna memberikan layanan financial yang terbaik sesuai kebutuhan nasabah melalui beragam produk dengan prinsip syariah.¹

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi Bank Regional Terbaik

b. Misi

1) Meningkatkan pangsa pasar

2) Meningkatkan profesionalisme, memiliki integrasi yang tinggikan berorientasi pada kebutuhan pasar

¹Bank Jatim Syariah “*profil Bank Jatim Syariah*” dalam <http://www.bankjatim.co.id/id/tentang-bankjatim/profil> (9 februari 2019), 13.00.

- 3) Memberikan nilai yang optimal bagi pemangku kepentingan (stakeholder) dan pemegang saham (shareholder);
- 4) Memfasilitasi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah
- 5) Mendorong pertumbuhan ekonomi Jawa Timur.²

3. Maksud dan Tujuan Bank Jatim Syariah

Melakukan usaha dibidang perbankan sesuai dengan ketentuan dalam peraturan perundang-undang yang berlaku. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut dapat melaksanakan kegiatan usaha sebagai berikut:

a. Kegiatan usaha pertama

- 1) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, depositi berjangka, sertifikat deposito, tabungan dan/ bentuk lain yang dipersamakan dengan itu;
- 2) Memberikan kredit
- 3) Menerbitkan surat pengakuan hutang
- 4) Membeli, menjual atau menjamin atas risiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya.
- 5) Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah.
- 6) Menempatkan dana pada, meminjam dana dari atau meminjamkan dana kepada bank lain baik dengan menggunakan surat, sarana telekomunikasi maupun dengan wesel unjuk, cek atau sarana lain

² Ibid.,

- 7) Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan atau anatar pihak ketiga
- 8) Melakukan penempatan dana dari nasabah kepada nasabah lainnya dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat dalam bursa efek
- 9) Melakukan kegiatan dalam valuta asing dan atau sebagai bank devisa dengan memenuhi ketentuan yang ditetapkan
- 10) Menyediakan pembiayaan dan atau melakukan kegiatan lain termasuk melakukan kegiatan berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- 11) Menyelenggarakan usaha perbankan lainnya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, baik didalam maupun diluar negeri.

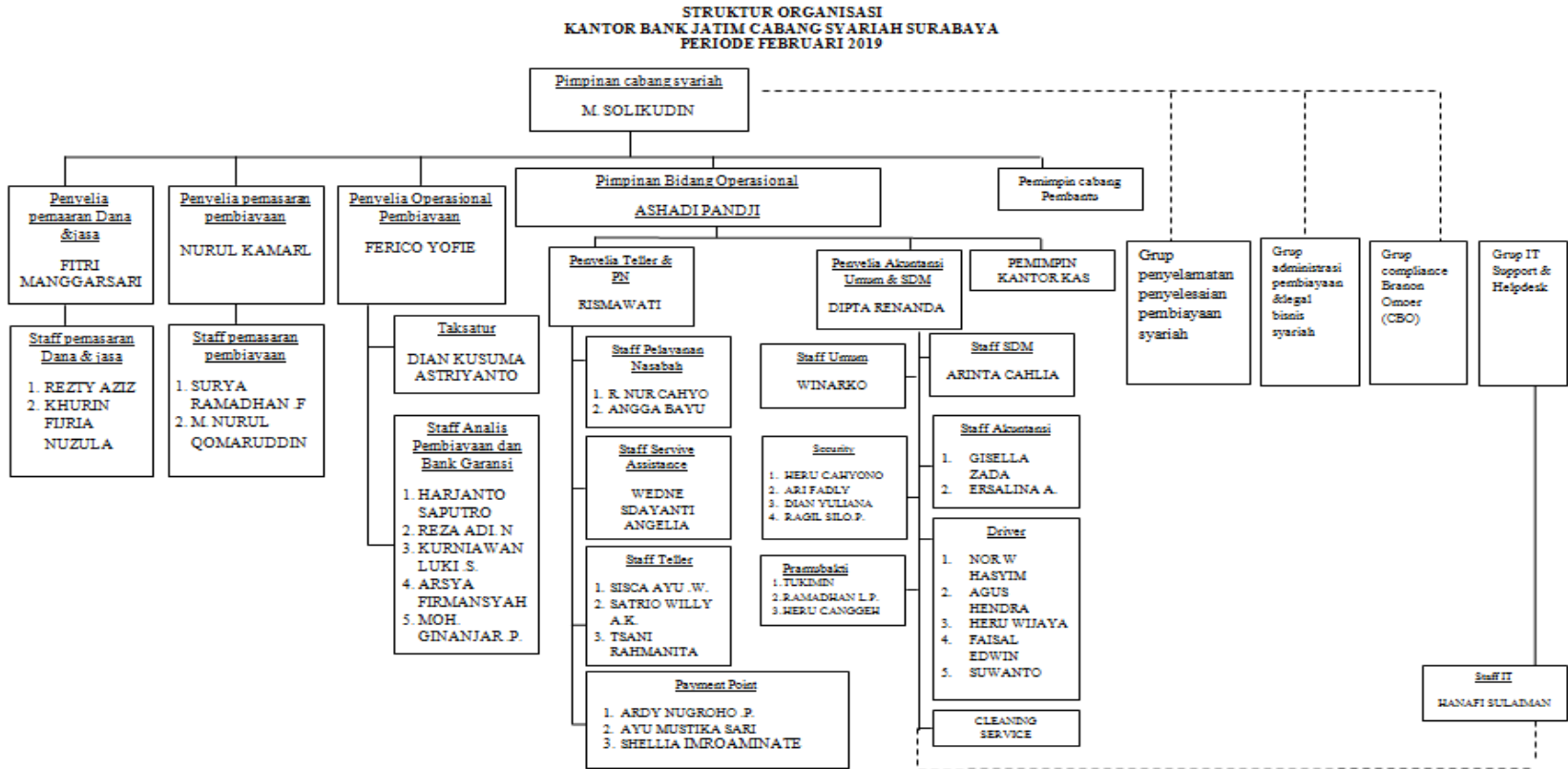
b. Kegiatan usaha penunjang untuk mendukung kegiatan usaha utama perseroan, perseroan dapat melaksanakan kegiatan usaha penunjang sebagai berikut

- 1) Menyediakan tempat untuk penyimpanan barang dan surat berharga
- 2) Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontak.
- 3) Membeli sebagian atau seluruh agunan baik melalui pelelangan berdasarkan penyerahan secara sukarela oleh pemilik agunan atau berdasarkan kuasa untuk menjual diluar lelang dari pemilik agunan dalam hal debitur tidak memenuhi kewajibannya kepada seroan, dengan ketentuan agunan yang dibeli tersebut wajib segera dicairkan secepatnya.
- 4) Melakukan kegiatan anjak piutang, usaha kartu kredit dan kegiatan wali amanat.

- 5) Melakukan kegiatan penyertaan modal pada bank atau perusahaan lain dibidang keuangan antara lain sewa guna usaha, modal ventura, perusahaan efek serta lembaga kliring penyelesaian dan menyimpan atau mendirikan perusahaan baru sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku
- 6) Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan kredit atau kegagalan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, dengan syarat harus menarik kembali penyertaan dengan memenuhi ketentuan yang berlaku.
- 7) Bertindak sebagai pendiri dana pensiun dan pengurus dana pensiun sesuai dengan ketentuan peraturan dana pensiun yang berlaku;
- 8) Memberi bantuan teknis kepada (BUMD) di lingkungan pemerintah provinsi jawa timur baik berbentuk perusahaan daerah maupun yang berbentuk badan hukum persaan terbatas (PT) dalam rangka pengelolaan kas dan keuangan.
- 9) Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan oleh bank sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.³

³Bank Jatim Syariah “*profil Bank Jatim Syariah*” dalam <http://www.bankjatim.co.id/id/tentang-bankjatim/profil> diakses pada tanggal 04 juli 2019 pukul 13.00.

4. Struktur Organisasi



- a. Pemimpin Cabang Utama Bapak M Sholikhudin
Membawahi pemimpin bidang operasioanal, pemimpin bidang pelayanan nasabah, pemimpin cabang pembantu, kontrol internal, pemimpin kantor kas, penyelia pemasaran, penyelia umum & SDM dan penyelia payment pointt,
- b. Pemimpin Bidang Operasional Bapak Ashadi Pandji
Membawahi penyelia teller dan Pelayanan nasabah, penyelia akuntansi umum dan SDM, dan pemimpin kantor kas
- c. Penyelia Teller dan Pelayanan nasabah oleh ibu Rismawati
Yang membawahi service assisten, staf teller dan payment point
- d. Penyelia akuntansi dan penyelia Umum dan SDM dipimpin oleh bapak Dipta Renanda Membawahi Staf Umum Staf Sdm Staf Akuntansi serta Security, Pramubakti serta Driver
- e. Penyelia pemasaran dana dan jasa oleh ibu Fitri Manggarsari yaitu untuk menghimpun dana dan mengelola dana masyarakat dalam bentuk perkreditan. untuk penyelia pemasaran pembiayaan yaitu oleh ibu Nurul Kamaril untuk menyalurkan dana kepada masyarakat.
- f. Penyelia oprasional pembiayaan oleh bapak Ferico Yofi yang membawahi taksatur serta staf analisis pembiayaan dan bank garansi.⁴

⁴Hasil wawancara dengan Bapak Dipta renanda sebagai penyelia umum dan SDM, Pada tanggal (29 januari 2019), 09: 20.

5. Produk Bank Jatim Syariah

a. Simpanan

1) Tabungan Barokah

Simpanan dengan prinsip bagi hasil (Mudharabah) antara bank dengan nasabah sesuai nisbah yang telah disepakati, yang penarikannya bisa dilakukan sewaktu-waktu.

2) Tabungan haji amanah

simpanan menggunakan prinsip mudharabah muthlaqah, tabungan kepercayaan umat mewujudkan niat dan langkah menuju baitullah semoga menjadi haji mabrur.

3) Tabungan KU-IB

simpanan dengan menggunakan prinsip Wadiah Yad Adh Dhamanah dimana simpanan anda diperlukan sebagai titipan yang terjaga kemanannya dan penarikan terjaga kemanannya dan penarikan dapat dilakukan setiap saat.

4) Tabungan Umroh IB Amanah

Produk tabungan Bank Jatim Syariah dengan prinsip wadiah yang membantu anda untuk mempersiapkan perjalanan umroh impian anda.

5) Tabungan Simpel IB

Tabungan yang cocok untuk berjia muda, kreatif, dan simpel. Diperuntukkan untuk siswa-siswi usia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP.

b. Pembiayaan

1) Multiguna Syariah

Fasilitas Pembiayaan yang diberikan Bank kepada Nasabah yang mempunyai penghasilan tetap (fix income) dengan akad Murabahah.

2) Produk kafalah

Berupa Bank Garansi adalah jaminan yang diberikan Bank kepada pihak ketiga (terjamin) untuk jangka waktu tertentu, jumlah tertentu dan keperluan tertentu, atas pemenuhan kewajiban nasabah (yang dijamin) kepada pihak ketiga dimaksud.

3) Emas IB Barokah

Fasilitas pembiayaan yang diberikan bank kepada Nasabah berdasarkan kesepakatan, dimana nasabah menyerahkan secara fisik barang berharga berupa emas (baik lantakan maupun perhiasan), selanjutnya bank memberikan Surat Gadai sebagai jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang nasabah kepada bank.

4) Kepemilikan Logam Emas IB Barokah

Fasilitas Pembiayaan Kepemilikan Logam Emas iB Barokah (KLE iB Barokah) adalah pembiayaan yang diberikan untuk membantu Anda memiliki Emas Lantakan dengan cara mengangsur setiap bulan.

5) Pembiayaan Umum Modal Kerja dan Investasi

a) Pembiayaan Modal Kerja

Fasilitas yang penggunaannya ditujukan untuk membiayai investasi atau pengadaan barang –barang modal yang tidak habis dipakai dalam satu siklus usaha.

b) Pembiayaan Investasi

Fasilitas pembiayaan yang penggunaannya untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dalam rangka melaksanakan kegiatan usaha dan biasanya akan habis dalam satu siklus produksi, seperti untuk pengadaan bahan baku atau untuk membiayai kekurangan biaya operasional lainnya.

6) Umroh IB Maqbula

Produk pembiayaan kepada Nasabah yang akan melakukan perjalanan Umroh dengan angsuran tetap sampai dengan jangka waktu pembiayaan.

7) KPR IB Griya Barokah

Pembiayaan jangka pendek, menengah atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumtif) maupun renovasi baik baru maupun bekas, dilingkungan developer, maupun non developer dengan sistem *murabahah*.

8) Pembiayaan Koperasi (PKOP & PKPA)

Pembiayaan yang diberikan kepada koperasi dan atau anggotanya serta untuk keperluan Modal Kerja (Non-Simpan Pinjam Karyawan atau Pegawai) atau Investasi Koperasi.

9) Pembiayaan Pola Keppres

Pembiayaan yang diberikan untuk mendanai suatu proyek atau pekerjaan yang didasarkan pada Surat Penunjukan/Perintah Kerja dengan menggunakan Akad Musyarakah.

c. Deposito

Deposito Barokah yaitu Simpanan berjangka dalam bentuk deposito dengan prinsip mudharabah muthlaqah dengan bagi hasil yang bersaing, aman, menentramkan dan Insya Allah barokah.

d. Giro

1) Giro amanah

sarana penyimpanan dana dengan menggunakan prinsip wadiah Yad Dhamanah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau dengan pemindahbukukan, Andadiperlakukansebagaititipan yang kami jaga keamanan dan ketersediaanya setiap saat guna menjunjung kelancaran usaha anda.

2) Giro Maxi

Fasilitas Giro yang dirancang khusus untuk nasabah dengan bagihasil yang setara dengan tabungan hanya di Bank Jatim Syariah.⁵

⁵ Ibid.,

B. Analisis Data

1. Strategi Marketing Produk Tabungan Barokah Pada Bank Jatim Syariah KC Surabaya

Produk yang ada di perbankan syariah bukan dalam bentuk barang akan tetapi; berupa jasa. Produk Tabungan barokah disini tabungan yang tidak berjangka panjang sehingga dapat memberikan kemudahan bagi para nasabah untuk berinvestasi sesuai syariah, dan tabungan barokah merupakan Simpanan dengan prinsip bagi hasil (Mudharabah) antara bank dengan nasabah sesuai nisbah yang telah disepakati, yang penarikannya bisa dilakukan sewaktu-waktu. Produk tabungan barokah adalah yang diatas namakan bank jatim syariah dengan sistem bagi hasil yang mana banyak dari nasabah yang minat akan produk tabungan barokah.

Tugas seorang marketing yaitu memasarkan produk yang kita punya, yaitu memasarkan produk di Bank Jatim Syariah KC Surabaya dan bukan hanya memasarkan tapi menjual *to sales* dan mengetahui apa yang di butuhkan atau dan yang diinginkan oleh nasabah atau calon nasabah dengan memberi akses kemudahan.⁶ Seorang marketing di Bank jatim syariah KC Surabaya menerapkan beberapa strategi pada produk tabungan Barokah, diantaranya *Promotion, Advertising, Distribution.*⁷

⁶Hasil wawancara dengan mbak Khurin sebagai Staf Marketing Funding Pada tanggal (26 juni 2019), 10: 20.

⁷Hasil wawancara dengan mbak Fitri Manggarsari sebagai Penyelia Marketing Funding Pada tanggal (03 juli 2019), 11: 08

Promotion, merupakan Strategi yang digunakan oleh Bank Jatim Syariah KC Surabaya, yaitu dengan memanfaatkan media sosial yang ada, seperti facebook, instagram, tweeter, youtube pada @Bank Jatim⁸. Akun yang digunakan untuk promosi masih sama dengan Bank Jatim konvensional, belum melakukan secara terpisah, karena masih dalam Unit usaha syariah (UUS). Media sosial saat ini perkebangannya sangat pesat dan merekat di masyarakat, dan akan mudah memperkenalkan produk dan jasa yang dimiliki.⁹ Promosi merupakan bentuk untuk meningkatkan laba atau meningkatkan jumlah nasabah secara efektif dengan tujuan untuk kemajuan perusahaan

Advertising, merupakan bentuk iklan dari kegiatan promosi yang dilakukan dengan bentuk gambar, tayangan, yang di letakkan di jalan-jalan. Mencetak brosur yang disebar di tempat-tempat terbuka seperti sekolah dan tempat-tempat perkumpulan lainnya. Bank Jatim Syariah KC Surabaya juga menggunakan koran pada Jawa pos, majalah, Radio seperti suara Surabaya, televisi pada channel NET, atau media publik lainnya seperti internet di untuk memasang iklan.

Distribution, penetrasi pasar perbankan syariah tidak akan berhasil tanpa didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Bank Jatim Syariah KC Surabaya memiliki beberapa saluran distribusi untuk mencapai sasaraannya, seperti kantor kas dan

⁸Lihat pada lampiran, 2

⁹Hasil wawancara dengan mbak Khurin sebagai Staf Marketing Funding Pada tanggal (26 juni 2019), 10: 20.

kantor capem pembantu yang ada di berbagai tempat seperti CAPEM WIYUNG, CAPEM AMPEL, CAPEM MEER, dan CAPEM SAMPANG MADURA

Bank Jatim Syariah KC Surabaya setiap awal bulan melakukan perencanaan yang matang yang akan diterapkan diberbagai tempat, seperti; memasang iklan diberbagai media sosial, menjadi sponsor di event- even tertentu, atau mebagikan brosur atau open table di sekolah-sekolah, lembaga- lembaga, dan pameran-pameran.¹⁰Dengan tujuan menarik dan memepertahankan pelanggan, menaikkan laba untuk kemajuan perusahaan yaitu Bank Jatim Syariah.

Untuk memberi kepercayaan kepada nasabah bahwa produk atau jasa yang kita miliki bersifat aman yaitu bahwasanya Bank Jatim Syariah sudah memiliki (LPS) lembaga penjamin simpanan, jika nasabah khawatir terjadi sesuatu dengan dana tersebut, maka LPS bisa mengcover dana dan tidak akan hilang. Akan tetapi LPS memiliki batas tertentu dan limitnya. Lembaga penjamin simpanan cukup membuat nasabah percaya bahwa dana yang mereka titipkan akan aman dan dapat dipercaya.

Untuk menghindari suatu kekacauan atau sesuatu yang tidak direncanakan terjadi, maka seorang marketing menyusun tahapan-tahapan agar bisa dicapai. Dalam tahapan menyusun strategi yaitu menyusun perencanaan dan tujuan untuk langkah bulan kedepannya.

¹⁰ Ibid.,

Bank Jatim Syariah KC Surabaya juga sudah menerapkan pemasaran sesuai syariah seperti halnya dalam memasarkan produk tidak menjatuhkan produk yang lain atau pesaing, dan tidak melebih-lebihkan dalam memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan.

2. Analisis Strategi Marketing Produk Tabungan Barokah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Jatim Syariah KC Surabaya

Setiap perusahaan dalam menjalankan suatu usahanya selalu melakukan menyusun strategi atau perencanaan-perencanaan jangka panjang yang akan dilakukan untuk kedepannya. Strategi merupakan arah untuk mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan laba dan meningkatkan jumlah nasabah, dengan begitu perkembangan perusahaan juga akan semakin meningkat.

Strategi pemasaran (marketing) merupakan teknik atau cara untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan keinginan nasabah bagaimana nasabah bisa tertarik dengan produk yang kita tawarkan, bagaimana nasabah bisa percaya akan produk kita, dengan melakukan tahapan-tahapan perencanaan yang sudah disusun rapi oleh marketing .

Produk funding yang ada di Bank Jatim Syariah KC Surabaya, ada lima yaitu produk TabunganKU, Tabungan Haji Amanah, Tabungan Umrah IB Amanah, dan Tambungan simpel IB, dan yang akan peneliti bahas yaitu tentang produk Tabungan Barokah yang mana produk tabungan barokah disini merupakan produk yang diatas namakan Bank Jatim Syariah. Produk tabungan barokah ini memiliki keunggulan yaitu dengan sistem bagi hasil yang mana banyaknya nasabah yang minat akan produk tabungan barokah.

Yang ditunjangi dengan fasilitas kartu ATM dan dapat berfungsi dengan kartu debit dan dapat diakses keseluruh jaringan ATM yang berlogo ATM bersama dan prima.

Tabel 4.1
Informasi Tabungan Barokah

No	Komponen	Tarif
1	Setran Awal	Rp. 50.000
2	Saldo Minimal	Rp. 50.000
3	Setoran Selanjutnya	Rp. 10.000
4	Adminitrasi perbulan Maksimum	Rp. 5.000
5	Ganti Buku/ Hilang/ Rusak	0
6	Penalti Saldo Minimum	0
7	Penalti Rekening Pasif	0
8	Penutupan Rekening	Rp. 50.000

Produk tabungan barokah di Bank Jatim Syariah KC Surabaya cukup banyak diminati oleh nasabah dengan hanya setoran awal Rp. 50.000 sudah bisa membuka rekening, dengan saldo minimal Rp. 50.000 setoran selanjutnya Rp.10.000. dengan dikenakan adminitrasi maksimal Rp. 5.000 karna sistemnya bagi hasi. Untuk pengganti buku hilang atau rusak tidak dikenakan biaya.

Produk Tabungan Brokah mengalami peningkatan disetiap tahunnya sbagaimana tabel berikut;

Tabel 4.2
Porsentase Produk Tabungan Barokah

Tahun	NOA	Kenaikan
2016	5,628	
2017	6,222	7,3%
2018	6,502	15,6%

Dari paparan data diatas dapat diketahui bahwa produk tabungan barokah setiap tahunnyamengalami peningkatan.Pada tahun 2016 *Number of Account*

(NOA) jumlah nasabah mencapai 5,628 kemudian pada tahun 2017 NOA 6,222 nasabah mengalami peningkatan yang sangat sebesar yakni mencapai 406 nasabah atau kisaran sebesar 7,3%, sedangkan pada tahun 2018 juga mengalami kenaikan 874 nasabah, atau sebesar 15,6% dengan NOA 6,502.

Harga dalam sebuah produk sangat penting untuk menarik minat nasabah dan juga nilai pendapatan yang diterima. Karena ada beberapa nasabah yang dilihat terlebih dahulu yaitu harga, jadi untuk menentukan harga setidaknya tidak terlalu tinggi dan terlalu rendah. Apabila produk yang ditawarkan harganya terlalu tinggi maka bisa saja tidak ada yang meminati dan apabila harga yang ditawarkan terlalu rendah maka akan menyebabkan kerugian. Maka dalam menentukan harga harus sesuai dengan kualitas produk.

Dalam wawancara yang saya lakukan dengan marketing funding, pada dasarnya Strategi yang digunakan pada produk tabungan barokah untuk meningkatkan jumlah nasabah yang diterapkan di Bank Jatim Syariah KC Surabaya adalah:

Promotion, adalah memberitahukan atau menginformasikan tentang produk yang ada di Bank Jatim Syariah, tentang keunggulan produk atau kemanfaatan yang ada diproduk. Dengan menggunakan Media promosi pendukung yaitu media sosial selain itu open tabel di sekolah-sekolah atau lembaga-lembaga dengan membagikan brosur atau mempresentasikan langsung kepada para konsumen atau calon nasabah. Jika dikaitkan dengan konsep pemasaran maka seorang marketing harus mengetahui keinginan,

kebutuhan, dan permintaan nasabah, setelah itu kita arahkan ke objek yang kita tawarkan kepada nasabah, dengan begitu calon nasabah akan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan nasabah untuk membayar.¹¹

Promosi merupakan pendekatan langsung kepada nasabah bagaimana seorang marketing harus mampu memancing perhatian dari nasabah atau calon nasabah agar bisa tertarik dengan bagaimana ia menawarkan atau mempromosikan produk tabungan barokah, dari keunggulan, kemanfaatannya dan kelebihan-kelebihan lainnya pada produk.

Mengembangkan penawaran harus sesuai dengan objek yang ditawarkan, atau sesuai dengan kualitas produk. Marketing harus mengetahui kebutuhan nasabah, dan harus selalu bisa cekatan dalam memilih produk untuk nasabah dan calon nasabah, agar nasabah tidak salah memilih produk dan akan merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Dengan tujuan untuk memahami para nasabah agar tercipta kesesuaian antara produk yang yg diinginkan dan yang dirasakan mencapai kepada kepuasan para konsumen atau nasabah.

Penatresi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini (lama) melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lamban agar tumbuh secara

¹¹Nurul Huda, *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi*, (Depok : Kencana, 2017), 7-8.

cepat.¹²Dan bank jatim syariah melakukan pentrasi pasar dengan melakukan kegiatan promosi diberbagai tempat dan lokasi yang sudah di rencanakan.

Advetising Untuk mencapai bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, bagaimana membuat konsumen tertarik dengan produk yang kita tawarkan. Bank Jatim Syariah KC surabaya yaitu merencanakan strategi promosi dengan melakukan beberapa kegiatan yaitu;

a. Memasang iklan di berbagai media

Media pada saat ini sangat penting untuk mengembangkan produk dengan menggunakan strategi promosi dalam bentuk iklan, bank atau marketing akan mampu dan mudah memberi tahukan tentang kelebihan-kelebihan produk tabungan barokah.

b. Pendekatan ke pengurus yayasan dan berbagai lembaga pendidikan.

Untuk memasarkan produk secara langsung yaitu melalui pendekatan ke pengurus yayasan atau lembaga pendidikan, untuk menginformasikan poduk yang dimiliki, tentan harga, tentang kualitas, tentang sistem yang digunakan pada produk tersebut.

Strategi pengembangan produk perbankan melalui *advertising* merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan.

¹²M. Nur Rianto Al arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 79.

Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini¹³

Secara umum tujuan pemasangan iklan adalah untuk mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat sasaran, namun secara spesifik pemasangan iklan bagi bank beraneka macam, diantaranya; Pemberitahuan, Pengingat kembali, penarik perhatian, dan membangun citra.

- a. Pemberitahuan, dengan iklan bank mampu memberi tahu adanya produk beserta manfaatnya, harga dan dimana produk bisa diperoleh.
- b. Pengingat kembali, mengingatkan kembali kepada masyarakat tentang produk bank. Langkah ini bisa ditempuh karena banyaknya produk pesaing yang ditawarkan
- c. Penarik perhatian, dengan iklan bank bisa menarik perhatian khalayak sasaran. Harus ditentukan daya tarik apa yang ditonjolkan dalam suatu iklan penarik perhatian
- d. Membangun citra, dengan iklan bank mampu membangun citra menjadi bank dengan segala keramahan, bank paling luas jaringan, bank pedulu lingkungan dan sebayanya.¹⁴

¹³Ibid., 80.

¹⁴ Santot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Surabaya : Graha Ilmu, 2009), 36.

Tabel 4.3
Perbedaan *Promotion* dan *Advertising* Pada Bank Jatim syariah

Iklan	Promosi
<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan atau Advertising adalah kegiatan untuk mengumumkan keberadaan sebuah produk atau business kepada publik, sebagai bagian dari kegiatan untuk kenaikan angka penjualan . 2. menawarkan suatu produk kepada konsumen dengan cara mengemukakan alasan supaya membeli. 3. Berupaya untuk mengkomunikasikan pesan penjualan. 4. Seringkali digunakan untuk membangun citra merk produk senantiasa menambahkan nilai persepsi pada suatu merk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pemberian incentive atau reward untuk merangsang pasar bergerak dan bertindak (membeli) produk yang dikampanyekan dalam ajang promosi tersebut saat itu juga. 2. Promosi selalu menggunakan reward) 3. Promosi memberikan hadiah bagi semua yang mau membeli produk yang dipromosikan tersebut saat itu juga atau dalam tenggang waktu masa promosi. 4. Promosi lebih kuat dalam menstimulasi pembelian produk, dan jauh lebih efektif dalam mengembangkan distribusi suatu produk, serta mampu membujuk konsumen untuk menyetok merk tertentu.

Promotion dan *advertisng* sudah sesuai dengan teori hanya saja dalam *limited offers* (penawaran dalam kondisi terbatas) tidak dilakukan karena dalam melakun promosi sudah sesuai dengan jadwal yang direncanakan pada awal bulan.

Distribution, merupakansaluran distribusi yang menghubungkan bank kepada nasabah. Untuk memberikan akses kemudahan kepada nasabah, Bank Jatim Syariah KC Surabaya yang terletak di pusat kota surabaya di jl. Basuki Rahmat NO.57. Memiliki kantor kas dan kantor cabang pembantu di berbagai tempat seperti;

- a. Bank Jatim Syariah Kantor cabang pembantu (KCP) Wiyung yang ada di jl. Raya menganti, babatan, kec. Wiyung yang terletak di kota surabaya bagian selatan

- b. Bank Jatim Syariah Kantor cabang pembantu (KCP) Meer yang ada di jl. Dr. Ir. Haji Soekarno, Semolowaru, Sukolilo yang terletak di Kota surabaya bagian timur.
- c. Bank Jatim Syariah Kantor cabang pembantu (KCP) Ampel yang ada di jl. KH. Mas Mansur No. 133 yang terletak di kota surabaya
- d. Bank Jatim Syariah Kantor cabang pembantu yang ada di jl. Jaksa Agung Suprpto No. 65, Rw III, Gn sekar, kec. Samapang, yang terletak di sampang madura jawa timur.

Kantor cabang pembantu yang ada di daerah surabaya cukup strategis sehingga nasabah dapat menjangkau disetiap lokasi bank yang ada. Dan akan meningkatkan minat nasabah atau jumlah nasabah bila di dukung dengan lokasi yang tepat.

Dalam rangka kegiatan memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang harus diperhatikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi yang akan digunakan. Kebijakan distribusi atau channel of Distribution adalah lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen.¹⁵

Dalam strategi pemasaran diformulasikan dalam marketing mix atau bauran pemasaran dalam 4P yaitu *product, price, place, promotion*. Dan Bank Jatim Syariah hanya menggunakan strategi *promotion* dan *place* atau saluran distribusi, tidak fokus pada *product* dan *price* untuk stratgi

¹⁵M.Mursid, *ManajemenPemasaran*, (Jakarta : Bumi Askara, 2006), 85.

pemasaran. Untuk *advertising* secara teori termasuk dalam kegiatan *promotion*. Akan tetapi strategi yang digunakan Bank Jatim Syariah, *Promotion* dan *advertising* dilakukan secara terpisah

Faktor yang paling penting dalam perusahaan yaitu kerja sama, Bank Jatim Syariah KC Surabaya membuat kerja sama dengan perusahaan swasta, dinas pemerintah dan organisasi lain yang bisa menghasilkan keuntungan dari segi financial dari kedua belah pihak. Target kedepan Bank Jatim Syariah Kc Surabaya yaitu memaksimalkan keseluruhan lembaga sekolah baik sekolah negeri maupun swasta agar semua pembayaran bisa dimanfaatkan melalui jasa *study e pay* Bank Jatim Syariah. Karena potensi besar baik dari segi penambahan NOA atau DPK, dampak positifnya adalah semakin akan dikenalnya Bank Jatim Syariah dikalangan generasi milenial yang sudah banyak menggunakan perangkat digital untuk segala aktifitasnya.

Guna mengoptimalkan penghimpunan dana, Bank Jatim Syariah harus menempuh berbagai upaya yang dititik beratkan pada beberapa hal sebagai berikut;

- a. Memaksimalkan strategi bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*- Marketing mix) yaitu menyelaraskan aspek produk yang unggul, harga yang kompetitif, jaringan layanan yang luas serta gencarnya promosi serta sosialisasi syariah untuk meningkatkan dana pihak ketiga, khususnya tabungan barokah sebagai produk unggulan
- b. Melakukan peningkatan promosi layanan dan produk syariah dalam rangka meningkatkan penghimpunan dana pihak ketiga melalui media

cetak maupun elektronik maupun gelar event bersama lembaga pendidikan dan institusi baik pemerintah maupun swasta; dan

- c. Intensifikasi dan ekstensifikasi penjualan produk melalui kantor cabang, kantor cabang pembantu dan KLS/ Office Channeling. ¹⁶

¹⁶ Artikel, *Unit Usaha Syariah*, 3.