

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum tentang BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru

Berdasarkan dalam Buku Laporan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru tahun 2018 (BNI Syariah), diperoleh gambaran tentang Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru, berikut penjelasannya;

1. Sejarah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT. Bank BNI Syariah. Dimana, BNI Syariah beroperasi pada tanggal 19 Juni 2010 sebagai Bank Umum Syariah (BUS).

Sedangkan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru mulai beroperasi pada tanggal 15 juli 2012 hingga saat ini, sekarang sudah memiliki sekitar 34 orang pegawai tetap, 6 *Trainee*, dan 17 pegawai *Outsourcing*.

2. Visi dan Misi

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru memiliki visi untuk “*Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja*”. Sedangkan misi yang dimiliki oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru adalah sebagai berikut;

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.

- b. memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah, memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
 - c. menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
 - d. serta menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.
3. Produk BNI Tabungan iB Hasanah pada BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru
- a. BNI SimPel iB Hasanah adalah tabunga dengan akad wadiah untuk siswa berusia dibawah 17 tahun dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.
 - b. BNI Baitullah iB Hasanah adalah tabungan dengan akad mudharabah atau wadiah yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji (Reguler/Khusus) dan merencanakan ibadah Umroh sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan USD.
 - c. BNI Prima iB Hasanah adalah tabungan dengan akad mudharabah dan wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah segmen *high networth individuals* secara perorangan dalam mata uang rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.
 - d. BNI Tunas iB Hasanah adalah tabungan dengan akad wadiah dan Mudharabah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun.

- e. BNI Bisnis iB Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudharabah dan Wadiah yang dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang rupiah.
- f. BNI iB Hasanah adalah tabungan dengan akad mudharabah atau wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang rupiah.
- g. BNI TabunganKu iB Hasanah adalah simpanan dana dari Bank Indonesia yang dikelola sesuai prinsip syariah dengan akad wadiah dalam mata uang rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.
- h. BNI Tapenas iB Hasanah adalah tabungan berjangka dengan akad mudharabah untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umroh, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya. Selain untuk perencanaan dimasa depan BNI Tapenas iB Hasanah juga menyediakan asuransi jiwa untuk nasabah yang memiliki Tabungan BNI Tapenas iB Hasanah. Jasa Lainnya di BNI Syariah. Tapenas iB Hasanah diperuntukan usia mulai dari 17 tahun s.d 55 tahun. (Araffi, 2020, hal. 63-66)

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan peneliti dengan melakukan wawancara kepada pihak yang terkait, dimana penulis mendapatkan data-data yang berhubungan dengan konteks atau pembahasan yang penulis teliti yang terdiri dari dua responden. Responden disini adalah karyawan tetap PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru bagian *Funding Officer* dan *Funding Assistant*.

BNI Syariah memberikan sarana kepada masyarakat yang ingin menabung, ini merupakan salah satu wujud dari BNI Syariah kepada masyarakat dalam membantu meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya menabung. Menabung juga bisa dikatakan sebagai kebutuhan pokok bagi masyarakat, karena dengan menabung kita dapat menginvestasikan sebagian dana kita untuk rencana masa depan.

Seperti yang kita ketahui bahwa BNI Syariah merupakan lembaga keuangan yang bergerak sesuai dengan prinsip islam. Begitu juga dengan produk yang ditawarkan. Jenis produk atau jasa yang ditawarkan di BNI Syariah sangatlah beragam mulai dari produk pembiayaan, pendanaan, jasa dan produk lainnya. Dari semua jenis produk yang disebutkan tadi, salah satunya adalah produk Tapenas iB Hasanah.

Produk Tapenas iB Hasanah merupakan tabungan berjangka dengan perencanaan syariah yang dirancang khusus untuk masyarakat yang ingin menyiapkan rencana masa depan. Perencanaan masa depan bisa berupa rencana

pendidikan, liburan, ibadah umroh maupun rencana lainnya. berikut merupakan

Persyaratan pembukaan Rekening Tapenas iB Hasanah :

1. Usia minimal 17 Tahun, maksimal 55 tahun
2. Formulir aplikasi pembukaan rekening
3. Kartu identitas (KTP/Paspor)
4. Setoran awal Rp100.000,-
5. Memiliki rekening tabungan BNI iB Hasanah, BNI TabunganKu iB Hasanah, BNI Bisnis iB Hasanah atau BNI Prima iB Hasanah sebagai rekening afiliasi
6. Melakukan setoran bulanan minimal Rp100.000,- s.d Rp5.000.000,- yang akan di debet setiap tanggal 5

Rekening akan otomatis ditutup apabila selama 3 bulan berturut-turut mengalami gagal *Autodebet*

Keunggulan Tapenas iB Hasanah :

1. Tersedia pilihan jangka waktu minimal 1 tahun s.d 18 tahun
2. Bagi hasil lebih tinggi
3. *Autodebet* untuk setoran bulanan dari rekening BNI iB Hasanah, BNI TabunganKu iB Hasanah, BNI Bisnis Hasanah, dan BNI Prima iB Hasanah
4. Manfaat asuransi jiwa hingga Rp1milyar
5. Biaya administrasi bulanan ringan, hanya Rp500,-/bulan

Tabel 4.2

Simulasi Hasil Investasi

Jangka waktu	Setoran Bulanan (Rp000,-)					
	100	300	500	1.500	2.500	5.000
1	1,224	3,672	6,120	18.359	30,598	61,197
2	2,504	7,505	12,508	37,523	62,539	125,077
3	3,835	11,506	19,176	57,528	95,880	191,760
4	5,227	15,682	26,137	78,410	130,683	261,367
5	6,681	20,042	33,403	100,208	167,013	334,026
6	8,197	24,592	40,987	122,962	204,936	409,873
7	9,781	29,343	48,905	146,714	244,523	489,045
8	11,434	34,301	57,169	171,507	285,845	571,691
9	13,159	39,478	65,796	197,388	328,980	657,960
10	14,960	44,881	74,801	224,404	374,007	748,014
15	27,875	83,624	139,373	418,118	696,864	1,393,728
18	36,767	110,301	183,835	551,505	919,175	1,838,350

Produk Tapenas iB Hasanah di BNI Syariah ditunjukkan kesemua kalangan baik itu dari kalangan ibu rumah tangga, pegawai swasta maupun PNS hingga mahasiswa yang memiliki perencanaan masa depan. Menurut “NJ” perencanaan masa depan bisa berupa rencana pendidikan, pernikahan, melahirkan, ibadah umroh, atau rencana dalam pembelian sesuatu.

Produk Tapenas iB Hasanah memiliki karakteristik tersendiri yang membuat masyarakat tertarik untuk menginvestasikan dana dengan tujuan untuk sebuah perencanaan. Nasabah tertarik menabung di Tapenas iB Hasanah karena adanya kebutuhan dari nasabah untuk melakukan penyimpanan baik itu jangka panjang maupun jangka pendek, menyesuaikan dengan keperluan nasabah kedepannya. Jadi, Tapenas iB Hasanah disini merupakan tabungan yang disediakan untuk nasabah yang memiliki perencanaan dimasa depan (sesuai keinginan nasabah). Tapenas iB Hasanah merupakan tabungan yang ditunjukkan kesemua kalangan mulai dari usia 17 tahun hingga 55 tahun. Selain itu, Ketertarikan nasabah dalam menabung di Tapenas iB Hasanah juga didasarkan karena produk tersebut merupakan produk syariah yang mana dapat menjauhkan dari hal-hal yang berbau riba. Sedangkan perbedaan mendasar Tabungan Tapenas iB Hasanah dengan Tabungan lain adalah ;

- a. Penarikannya tidak dapat dilakukan setiap saat
 - b. Fasilitas ATM tidak ada karena tabungan non transaksional
 - c. Terdapat pilihan jangka waktu
 - d. Tapenas iB Hasanah untuk semua kebutuhan (tidak terkhusus) untuk nasabahnya.
1. Strategi Pemasaran pada Produk Tapenas iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru

Dalam memasarkan produk Tapenas iB Hasanah, BNI Syariah mempromosikan atau menawarkan produk kepada nasabah existing dan

juga instansi. Nasabah existing adalah nasabah yang exsis, yang sudah lama menjadi nasabah di BNI Syariah.

Menurut “NH” promosi untuk nasabah existing biasanya person to person, dengan melihat dari kebutuhan si nasabah, jika kebutuhan si nasabah mengarah pada suatu perencanaan, maka akan di cross sellingkan ke tabungan Tapenas iB Hasanah.

Untuk pemasaran kepada instansi itu menggunakan Tapenas Kolektif. Tapenas Kolektif ditunjukan kepada perguruan tinggi bahkan perusahaan. Tentunya yang memiliki sebuah perencanaan baik itu berupa pendidikan atau pembelian sesuatu.

Menurut “NJ” pemasaran kepada instansi, menggunakan Tapenas Kolektif (Gabungan). Tapenas Kolektif (Gabungan) adalah pembukaan rekeningnya dengan jumlah yang banyak. Untuk Tapenas Kolektif (Gabungan) persyaratan pembukaan rekeningnya sedikit berbeda dengan Tapenas biasa, berikut merupakan syarat dari pembukaan rekening untuk instansi;

- a. jangka waktu 6 bulan s.d 35 tahun
- b. setoran awal Rp50.000,-
- c. setoran bulanan min Rp25.000,- s.d mak Rp25.000.000,- tanggalnya pun bisa disesuaikan dengan kebutuhan nasabah tersebut.

Dalam menawarkan suatu produk perbankan perlu menerapkan sebuah strategi pemasaran, dengan adanya strategi pemasaran diharapkan

mampu meningkatkan daya tarik masyarakat dalam mengenal produk, serta menyesuaikan kebutuhan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh suatu perbankan. Daya tarik masyarakat dengan suatu produk, tentunya sangat berpengaruh terhadap yang mempromosikan produk tersebut, karena dalam mempromosikan suatu produk harus melihat apa kebutuhan nasabah dan manfaat yang didapat oleh masyarakat dengan produk tersebut. jadi dalam memasarkan suatu produk *skill* dan strategi pemasarannya pun harus meyakinkan, agar masyarakat berminat dalam pembukaan produk tersebut.

Setiap perbankan memiliki strateginya tersendiri dalam hal memikat para nasabahnya, oleh karena itu perbankan membagi setiap tugas kepada karyawannya dalam memasarkan suatu produk. dengan pembagian tugas yang terstruktur dan terarah pasti akan membuahkan hasil yang memuaskan perbankan tersebut. Selain itu, dengan adanya struktur pembagian tugas dalam memasarkan produk akan menuju ke pencapaian sebuah target pasar yang hendak dicapai oleh perbankan. Target pasar yang dimaksudkan adalah masyarakat yang sesuai dengan produk yang hendak ditawarkan oleh pihak perbankan.

Begitu pula dengan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru, yang mana memiliki beragam produk, manfaat serta fasilitas didalam produk tersebut. setiap produk yang dipasarkan memiliki target (nasabah) yang berbeda, yakni disesuaikan dengan kebutuhan si nasabah.

Strategi pemasaran yang dilakukan BNI Syariah terhadap Produk Tapenas iB Hasanah adalah dengan menerapkan strategi pemasaran variabel 4P. Strategi pemasaran variabel 4P yang terdiri dari (*produk, price, place, promotion*). Dimana dengan strategi variabel 4p ini BNI Syariah mampu meningkatkan jumlah nasabah dengan menawarkan manfaat serta keunggulan dari Produk Tapenas iB Hasanah. selain meningkatkan jumlah nasabah, dengan adanya strategi pemasaran diharapkan juga bisa mendisiplinkan masyarakat dalam berinvestasi untuk rencana masa depan.

Dalam memasarkan produk Tapenas iB Hasanah, BNI Syariah melibatkan semua pegawainya dalam mempromosikan produk. Menurut “NJ” setiap pegawai dalam suatu perbankan memiliki hak dan kewajiban yang sama, sama dalam artian mempromosikan produk Tapenas kepada nasabah yang dianggap sesuai dengan kebutuhan si nasabah.

Dalam pemasarannya BNI Syariah juga tidak menggunakan target perproduk dalam melakukan penawaran atau pemasarannya, melainkan menggunakan target tabungan. Menurut “NH” dalam BNI Syariah hanya menerapkan target tabungan yang merupakan keseluruhan dari semua produk tabungan.

Menurut “NJ” dalam melakukan penawaran atau mempromosikan produk dari BNI Syariah itu tidak memiliki target tetapi melakukan penawaran dengan sebanyak-banyaknya, karena dalam menawarkan produk memang harus sebanyak-banyaknya.

Dalam menawarkan suatu produk tentunya kita akan memberikan yang terbaik untuk nasabah, dengan memberikan manfaat serta kelebihan dari produk yang akan kita tawarkan, dengan tujuan agar nasabah tertarik dalam melakukan transaksi pembukaan rekening.

2. Efektivitas Strategi Pemasaran pada Produk Tapenas iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru

Efektivitas dari strategi pemasaran terhadap produk Tapenas iB Hasanah yang dilakukan oleh BNI Syariah sangat baik dan memberikan hasil positif bagi bank. Dikatakan baik dan memberikan nilai positif dilihat dari respon positif dari masyarakat dan dilihat dari jumlah nasabah yang selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya untuk produk Tapenas iB Hasanah.

Menurut “NJ” salah satu pegawai BNI Syariah mengatakan, jumlah nasabah untuk produk Tapenas iB Hasanah sangat positif(baik), dilihat dari banyaknya nasabah yang melakukan pembukaan rekening Tapenas iB Hasanah..

Menurut “NH” minat nasabah terhadap produk Tapenas iB Hasanah sangat baik tentunya sesuai dengan profil dan juga kebutuhan si nasabah.

Menurut “NJ” dalam Tapenas iB Hasanah memiliki beberapa kelebihan, diantaranya merupakan kelebihan dari produk Tapenas iB Hasanah, adalah sebagai berikut;

- a. Kemudahan untuk investasi karena langsung *autodebet* dari rekening tabungan.
- b. Investasi bisa menyesuaikan kebutuhan (pendidikan, liburan, dan lainnya).
- c. Bisa investasi dengan nominal yang bisa dipilih sesuai keinginan.
- d. Bisa investasi dengan jangka waktu sesuai keinginan

C. Analisis Data

BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru juga memiliki strategi pemasaran dalam meningkatkan dan memperkenalkan suatu produk. salah satu produknya adalah Tapanas iB Hasanah. Dimana, BNI Syariah menerapkan strategi pemasaran variabel 4P. Strategi pemasaran variabel 4P yang terdiri dari (produk, price, place, promotion).

1. Strategi Pemasaran pada Produk Tapanas iB Hasanah di BNI Syariah

Strategi pemasaran variabel 4P di BNI Syariah kantor Cabang Banjarbaru, berikut penjelasannya;

- a. Strategi Produk (*product strategy*)

Dalam menentukan produk yang ditawarkan, bank akan melakukan pengelompokan produk berdasarkan pelayanan, lembaga, eskportir

dan jenis konsumen yang terdiri dari pedagang kecil dan besar. Dalam perbankan strategi produk yang dilakukan adalah sebagai berikut;

- Penentuan Slogan

Slogan merupakan ciri khas suatu perbankan, guna untuk mempermudah masyarakat dalam mengingat produk dari BNI Syariah. Dimana ciri khas produk di BNI Syariah selalu ada kata “ Hasanah”. dalam pengertian “Hasanah” memiliki arti sebagai perilaku yang baik atau tutur kata yang baik. Tujuan dari Slogan BNI Syariah adalah sebagai tanda pembeda dengan produk syariah lainnya

- Menciptakan merek

Sebuah jasa mempunyai bermacam ragam, maka setiap jasa harus memiliki sebuah nama, tujuannya agar mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat. Salah satu nya seperti BNI Syariah, yang memiliki hampir semua jenis produk baik itu pembiayaan, pendanaan, bahkan jasa. Salah satu produk BNI Syariah adalah “Tapenas iB Hasanah”. Kata “Tapenas” adalah singkatan dari “Tabungan Perencanaan Syariah” dimana bertujuan untuk masyarakat yang memiliki rencana dimasa depan.

- Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus untuk suatu produk, didalam perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada nasabahnya. Pembungkus bisa juga untuk beberapa jenis jasa seperti buku tabungan, cek, bilyet giro, atau kartu kredit.

Menurut salah satu pegawai BNI Syariah “NJ” mengatakan bahwa produk Tapenas iB Hasanah sangat cocok untuk semua kalangan yang memiliki perencanaan di masa depan. Jika ada nasabah yang memiliki rencana (pendidikan atau rencana lainnya) maka akan di sarankan ke produk Tapenas iB Hasanah.

b. Strategi Harga (*Price Strategy*)

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam sebuah kegiatan pemasaran, harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Sebuah harga dapat menentukan laku atau tidaknya produk maupun jasa perbankan, apabila salah dalam menentukan harga maka akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Di BNI Syariah harga diartikan sebagai bagi hasil.

Bank BNI Syariah memberikan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat tentunya sesuai dengan kebutuhan sehingga semua masyarakat dapat menikmati produk tersebut. Salah satunya adalah Tapenas iB Hasanah yang merupakan produk pendanaan di BNI Syariah, dimana untuk pengelolaan rekening sebesar Rp500,-/bulan dan

penutupan rekening sebesar Rp5.000,- dengan setoran awal Rp100.000,- dengan setoran bulanan Rp100.000,-Rp5.000.000,- sedangkan untuk instansi biaya atau setoran awal Rp50.000,- dengan setoran bulannya Rp25.000-Rp25.000.000,-. Selain itu tabungan Tapanas iB Hasanah ini juga memiliki manfaat asuransi jiwa hingga Rp1.000.000.000,- serta asuransi kesehatan senilai Rp1.000.000,- /hari/orang.

c. Strategi lokasi (*place strategy*)

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru memilih lokasi di Jl. Ahmad Yani Km 35,5, Kec. Banjarbaru, Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan, dengan beberapa alasan sebagai berikut;

- Akses jalan yang mudah dijangkau dengan menggunakan alat transportasi baik itu kendaraan umum ataupun kendaraan pribadi.
- Lokasi berada di dekat simpang tiga banjarbaru yang merupakan pusat kota dekat dengan pasar, perumahan/komplek masyarakat banjarbaru dan universitas. Sehingga masyarakat bisa mengetahui tempat bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru.
- Jl. Ahmad Yani merupakan jalan utama yang setiap harinya padat akan kendaraan bermotor.

d. Strategi promosi (*Promotion Strategy*)

Promosi yang dilakukan bank BNI Syariah untuk menarik minat masyarakat untuk bersedia menjadi nasabah BNI Syariah tentunya dalam menggunakan produk Tapenas iB Hasanah adalah sebagai berikut;

Periklanan (*Advertising*), Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru menggunakan promosi iklan untuk dapat menginformasikan, mempengaruhi hingga menarik nasabah, melalui media elektronik dan media cetak. Pada media cetak BNI Syariah melakukan pemasangan iklan melalui brosur, billboard, spanduk, baliho dan koran/majalah yang dipasang pada tempat atau jalan yang strategis, sedangkan pada media elektronik BNI Syariah melakukan pemasaran iklan melalui website resmi BNIS, Internet, dan televisi dan menggunakan media lainnya.

Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru juga melakukan promosi penjualan, tujuannya untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Mengingat produk Tapenas iB Hasanah adalah tabungan berjangka dengan perencanaan masa depan. Menurut karyawan di BNI Syariah “NH” promosi penjualan Produk Tapenas iB Hasanah bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, tetapi untuk promisinya kami lebih ke nasabah BNI Syariah, melihat dari segikebutuhan nasabah juga tentunya

Agar nasabah tertarik untuk melakukan pembukaan rekening, maka perlu adanya promosi penjualan yang semenarik mungkin, seperti yang dilakukan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru agar promosi yang dilakukan meningkat atau bertambah BNI Syariah memberikan bagi hasil dengan jumlah yang lebih relatif tinggi. Dengan memberikan insentif kepada nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu, memberikan hadiah bahkan kenang-kenangan kepada nasabah yang loyal, dan melakukan promosi penjualan lainnya.

Publitas (*Publicity*) di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru biasanya mengikuti pameran dalam event tertentu. Contohnya; mengikuti Bazaar. Hal ini lah yang dimanfaatkan oleh pihak BNI Syariah Banjarbaru untuk mendapatkan nasabah baru, dengan turun kelapangan maka para pegawai BNI Syariah dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat, agar masyarakat dapat lebih mengenal bank BNI Syariah beserta produk-produk unggulannya.

Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) Dalam dunia perbankan secara pribadi atau *Personal Selling* secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *clening service*, satpam, sampai pejabat bank. Hal inilah yang dilakukan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru dalam penjualan produknya. Jadi, bukan hanya dari bagian pemasar yang terlibat dalam hal penjualan melainkan seluruh pegawai bank BNI Syariah.

Menurut “NJ” semua pegawai yang bekerja di BNI Syariah terlibat dalam mempromosikan produk mereka, tujuannya agar mendapatkan perhatian khusus dari masyarakat. Penjualan secara *Personal Selling* akan memberikan beberapa keuntungan bagi perbankan, berikut keuntungan yang didapat;

1. Perbankan dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga pegawai bank dapat menjelaskan produk dan layanan secara rinci.
2. Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi bank.
3. Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara pegawai bank dengan nasabah.

Jadi, analisis data untuk strategi pemasaran produk Tapenas iB Hasanah yang terdapat pada landasan teori yang menggunakan strategi pemasaran 4P (*produk, price, place, dan promosi*) adalah sebagai berikut;

Strategi produk dalam landasan teori menggunakan tujuh tahap salah satunya adalah adanya perencanaan dan pengembangan produk, uji pemasaran, dan tahap pengenalan dll. Sedangkan BNI Syariah dalam melakukan strategi produk tidak menggunakan tujuh tahap melainkan tiga tahapan diantaranya; penentuan slogan, penentuan merek dan kemasan.

Strategi harga yang terdapat pada landasan teori itu menggunakan tiga strategi diantaranya; penetapan harga menyesuaikan biaya yang

dikeluarkan, penetapan harga melihat dari penilaian atau persepsi pembeli terhadap produk, dan penetapan harga dengan melihat harga yang telah ditetapkan oleh pesaing. Sedangkan dari BNI Syariah mereka menetapkan harga dengan nominal yang mudah dijangkau oleh masyarakat, melihat dari kebutuhan masyarakat, dan melihat dari penilaian pembeli terhadap produk Tapenas.

Strategi tempat yang terdapat pada landasan teori yaitu pemilihan tempat yang harus dipertimbangkan adalah; dekat dengan perkantoran, perumahan masyarakat, pasar, hingga kawasan pabrik bahkan industri tentunya dengan mempertimbangkan jumlah pesaing. Sedangkan BNI Syariah dalam memilih lokasi ditempat yang strategis yang mudah dijangkau oleh masyarakat, dekat dengan toko, perumahan masyarakat juga.

Strategi promosi yang terdapat pada landasan teori adalah menggunakan periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan pribadi. Sedangkan BNI Syariah dalam mempromosikan suatu produk itu menggunakan periklanan, promosi penjualan, dan juga penjualan secara pribadi kepada masyarakat.

Untuk pemasaran yang terdapat pada penyajian data ditujukan kepada nasabah existing dan juga instansi. *Existing* merupakan nasabah eksis di BNI Syariah, sedangkan instansi ini lebih ke universitas bahkan perusahaan dengan menggunakan Tapenas Kolektif. Dalam prakteknya yang terdapat pada BNI Syariah mereka hanya menggunakan pemasarannya kepada

nasabah existing, karena di BNI Syariah memang belum pernah melakukan pembukaan rekening dengan Tapenas Kolektif.

Dari strategi promosi yang terdiri dari 4 poin diatas, BNI Syariah Banjarbaru juga menggunakan strategi *face to face* yakni secara tatap muka dengan calon nasabah, serta melakukannya dengan *person to person* yang dilakukan oleh sales promosi.

Dalam BNI Syariah promosi untuk Produk Tapenas iB Hasanah lebih ke cross selling, jadi pegawai BNI Syariah menawarkan kepada nasabah eksis dengan melihat kebutuhan serta profil nasabah, jika profil dan juga keutuhan nasabah terpenuhi dan mengarah ke perencanaan maka pihak pegawai akan menawarkan Tapenas iB Hasanah kepada nasabah yang bersangkutan.

2. Efektivitas Strategi Pemasaran pada Produk Tapenas iB Hasanah di BNI Syariah

Tapenas iB Hasanah merupakan produk BNI Syariah, yang merupakan produk perencanaan untuk masa depan. Yang dibuat khusus untuk masyarakat yang memiliki suatu perencanaan masa depan. Produk Tapenas iB Hasanah ini mengalami kenaikan nasabah. Berikut merupakan data jumlah nasabah yang peneliti dapatkan dari bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru;

Tabel 4.3
Jumlah Nasabah Produk Tapenas iB Hasanah

BNI TAPENAS iB HASANAH		
TAHUN	EXSISTING	NEW
2017	63	25
2018	88	21
2019	109	43
2020	152	62

Jumlah nasabah Tapenas iB Hasanah dari tahun 2017 nasabahnya meningkat sebesar 25 orang, tahun 2018 nasabah tapenas meningkat sebesar 21 orang, tahun 2019 meningkat sebesar 43 orang, dan pada tahun 2020 nasabah Tapenas meningkat sebesar 62 orang. Dapat dilihat bahwa dari tahun 2017 s.d 2020 selalu meningkat jumlah nasabahnya, itu artinya minat nasabah terhadap produk Tapenas iB Hasanah sangat lah positif (bagus/baik) dan juga sangat sesuai dengan kebutuhan dari nasabah tersebut, yang mana memiliki sebuah perencanaan dimasa depan.

Menurut pegawai BNI syariah “NH”, Minat nasabah dalam produk Tapenas iB Hasanah ini tergantung dari profil dan kebutuhan dari nasabah tersebut. Sedangkan menurut “NJ”, Minat nasabah terhadap produk Tapenas iB Hasanah sangatlah bagus, dilihat dari banyaknya nasabah membuka rekening Tapenas iB Hasanah.

Minat dan rasa tertarik nasabah terhadap produk yang ditawarkan tidaklah lepas dari strategi yang diterapkan oleh perbankan. Begitu juga

dengan BNI Syariah yang mana jumlah nasabah dalam Produk Tapenas iB Hasanah selalu mengalami peningkatan, meningkatnya jumlah nasabah sangat berpengaruh besar terhadap strategi yang dilakukan. Strategi yang dilakukan oleh BNI Syariah terhadap Produk Tapenas iB Hasanah menghasilkan hal yang positif (baik), dimana penjualannya melalui strategi Variabel 4p yang memberikan perbankan hasil yang memuaskan.

Meningkatnya jumlah nasabah dalam Produk Tapenas iB Hasanah, tentunya adanya ketepatan dalam menerapkan strategi pemasaran yakni dalam memasarkan produk Tapenas iB Hasanah. Selain dari ketepatan strategi yang diterapkan juga adanya karyawan-karyawan yang terlibat dalam memasarkan produk hingga membuat masyarakat tertarik dengan manfaat yang ditawarkan oleh pihak BNI Syariah.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), menyatakan bahwa efektivitas merupakan daya guna, keaktifan, serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang ingin dicapai.

Dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah dalam penjualan Produk Tapenas iB Hasanah, dapat dikatakan bahwa penjualan produknya sudah efektif. Dilihat dari perkembangan jumlah nasabah hingga respon positif yang diberikan oleh nasabah yakni dengan banyaknya nasabah yang melakukan transaksi pembukaan rekening Tapenas iB Hasanah.