

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Tentang Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri (BSM)

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Karyawan (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga

menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, tim pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.¹

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

a. VISI yaitu: Memimpin pengembangan peradaban ekonomi yang mulia

b. MISI yaitu:

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan, di atas rata-rata industri yang berkesinambungan;
- 2) Mengutamakan penghimpunan dana murah, dan penyaluran pada segmen UMKM;
- 3) Mengembangkan manajemen talenta, dan lingkungan kerja yang sehat;
- 4) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;
- 5) Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.

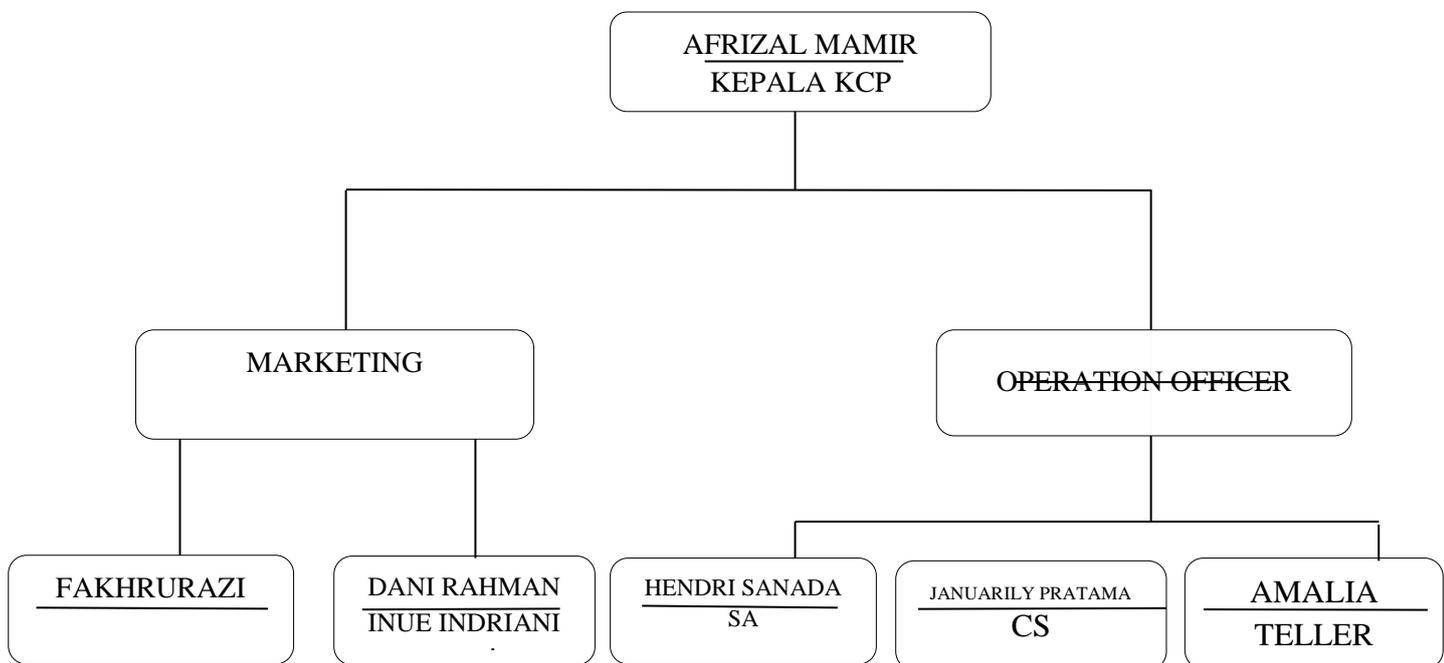
c. BSM *Shared Values* (ETHIC)

- 1) *Excellent*, berupa mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan. Perilaku utama: *Prudence*, *Competence*

¹<http://www.syariahamandiri.co.id/category/info-perusahaan/profil-perusahaan/sejarah/> di akses pada tanggal 13 Maret 2014 pukul 10.05 wita

- 2) *Teamwork*, mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi. Perilaku utama: *Trusted and Trust, Contribution*
- 3) *Humanity*, menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan nilai-nilai agama. Perilaku utama: *Social and EnvironmentCare, Inclusivity*.
- 4) *Integrity*, mentaati kode etik profesi dan berfikir serta berperilaku terpuji. Perilaku utama: *Honesty, GoodGovernance*.
- 5) *Customer Focus*, memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan (eksternal dan internal) untuk menjadikan BSM sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan. Perilaku utama: *Innovation, Service Excellen*

3. Struktur Organisasi Personalia



Keterangan:

RBO : *Relationship Banking Officer* BO : *Back Office*

SA : *Service Asistant* CS: *Customer Service*

Sumber: Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai tahun 2016

4. Job Description

a. Kepala Cabang

Memimpin, mengelola, mengawasi/mengembangkan kegiatan dan mendayagunakan semua organisasi Capem/UPS untuk mencapai tingkat serta volume aktivitas pemasaran dan operasional Capem/UPS yang optimal, efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan cabang induk, juga mewakili direksi keluar dan kedalam organisasi yang berhubungan langsung dengan Capem/UPS nya.

b. Operation Officer

Mengelola aktivitas operasional Capem yang dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan memastikan tercapainya target dibidang operasional Capem yang telah ditetapkan Cabang Induk/Kantor Pusat.

c. Marketing

Terlaksananya kegiatan marketing produk dan jasa-jasa Bank kepada masyarakat di wilayah kerjanya dan tercapainya taraget bisnis yang telah ditetapkan kepala Capem serta pelayanan yang prima kepada nasabah maupun investor.

d. *Service Assistant*

Kunjungan nasabah atau calon nasabah pada suatu bank dengan maksud akan menggunakan/memanfaatkan jasa pelayanan bank, maka nasabah atau calon nasabah tersebut akan dilayani oleh petugas bank (*service assistant*).

e. *Teller*

Melayani kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai (Rupiah dan valuta asing), pengambilan/penyetoran non tunai dan surat-surat berharga dan kegiatan kas lainnya serta terselenggaranya layanan di bagian kas secara benar, cepat dan sesuai dengan standar service BSM.

f. *Customer Service*

Terselenggaranya pemasaran produk dan jasa Bank Syariah Mandiri kepada masyarakat, pembukaan, pemeliharaan dan/atau penutupan rekening dengan layanan sesuai standar service BSM kepada nasabah maupun investor.

g. *Back Office*

Terlaksananya pencairan dan monitoring pembiayaan, penyimpanan legal dokumen dengan tertib dan aman serta pembuatan/penyampaian laporan pembiayaan dengan benar dan tepat waktu. Terpenuhinya kebutuhan karyawan sesuai kondisi Capem dan terlaksananya pengembangan karir karyawan sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan karyawan yang bersangkutan.

h. Security

- 1) Memberikan keamanan kepada nasabah dan karyawan
- 2) Menjaga keamanan ruang kerja dari gudang pada cabang, peralatan dan barang-barang/alat transportasi kantor
- 3) Melaksanakan tugas yang diberikan kantor
- 4) Membantu tugas kegiatan operasional harian Capem
- 5) Membantu nasabah

i. Office Boy

- 1) Memberikan pelayanan konsumsi karyawan Capem
- 2) Menjaga kebersihan dan keamanan ruang kerja dari gudang pada cabang, peralatan dan barang-barang konsumsi
- 3) Melaksanakan tugas ekspedisi korespondensi Capem
- 4) Membantu tugas kegiatan operasional harian Capem
- 5) Setiap unit kerja khususnya unit kerja yang ditempati seperti tugas fotocopy, pencarian file/data/barang/tugas lainnya

j. Driver

- 1) Memberikan pelayanan transportasi karyawan
- 2) Menjaga kebersihan dan keamanan ruang kerja dari gudang pada cabang, peralatan dan barang-barang/alat transportasi kantor
- 3) Melaksanakan tugas ekspedisi korespondensi Capem
- 4) Membantu tugas kegiatan operasional harian Capem
- 5) Setiap unit kerja khususnya unit kerja yang ditempati seperti tugas fotocopy, pencarian file/data/barang/tugas lainnya

5. Produk Dan Jasa

a. BSM Produk Pendanaan:²

- 1) Alternatif produk tabungan harian
 - a) Tabungan BSM adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM
 - b) BSM tabungan simpatik adalah tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad-dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati
- 2) Alternatif produk tabungan berjangka
 - a) BSM tabungan investasi cendikia adalah tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi
 - b) BSM tabungan berencana adalah tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.
 - c) Tabunganku adalah Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama.
 - d) oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

²Buku panduan Sales Kit Customer Service Bank Syariah Mandiri KCP Barabai h.1-80

- e) BSM tabungan mabrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah
- f) BSM tabungan mabrur junior adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah khusus untuk usia di bawah 17 tahun.
- g) BSM tabungan qurban adalah media penyimpanan dana dalam bentuk tabungan di bank yang di peruntukan bagi masyarakat untuk merencanakan investasi kurban .
- h) BSM tabungan dollara dalah Tabungan dalam mata uang dollar yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSM
- i) BSM deposito adalah Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah*.
- j) BSM deposito valas adalah Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah*.
- k) BSM giro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad-dhamanah*
- l) BSM giro valas adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad-dhamanah*

- m) BSM giro singapura dollar adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Singapore Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad-dhamanah*
- n) BSM giro euro adalah Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan *wadi'ah yad-dhamanah*.

b. BSM produk investasi

- 1) *Bancassurance* syariah adalah kerjasama produk rekanan asuransi yang dibuat dan didesain berdasarkan kebutuhan dan permintaan bank
- 2) Reksa dana syariah adalah wadah untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam Portofolio Efek oleh Manajer Investasi
- 3) Sukuk Negara ritel adalah Surat Berharga Syariah Negara (Sukuk Negara) yang dijual kepada individu atau perseorangan warga Negara Indonesia melalui agen penjual di pasar perdana dalam negeri.
- 4) BSM *e-banking*
- 5) BSM *card* adalah kartu yang diterbitkan oleh BSM dan memiliki fungsi utama yaitu sebagai kartu ATM, kartu debit dan sebagai kartu *discount* di *merchant* yang ditunjuk BSM selain dapat digunakan transaksi di BSM ATM, juga dapat di gunakan di ATM

Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima, ATM MEPS, EDC Mandiri serta EDC Prima/BCA.

- 6) BSM *mobile banking* adalah layanan transaksi perbankan melalui *mobile banking* (handphone) dengan menggunakan koneksi jaringan data telko yang dapat digunakan oleh nasabah untuk transaksi cek saldo, cek mutasi transaksi, transfer antar rekening, transfer real time ke 83 bank, transfer SKN, bayar tagihan, pembelian isi ulang pulsa seluler dan transaksi lainnya.
- 7) BSM *net banking* adalah layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet ke alamat <http://www.syariahmandiri.co.id/> yang dapat di gunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi cek saldo, cek mutasi transaksi, transfer antar rekening, transfer real time ke 83 bank, transfer SKN/RTGS, bayar tagihan, pembelian isi ulang pulsa seluler dan transaksi lainnya
- 8) BSM notifikasi adalah layanan untuk memberikan informasi segera dari setiap mutasi transaksi nasabah sesuai dengan jenis transaksi yang didaftarkan oleh nasabah yang dikirimkan melalui media SMS atau email.
- 9) BSM *call* 14040 adalah Layanan Perbankan melalui telepon dengan nomor akses 14040 atau 021 29534040, yang dapat digunakan oleh nasabah untuk mendapatkan layanan informasi produk, jasa, cek saldo, mutasi rekening, kurs, menyampaikan keluhan dan informasi lainnya.

10) BSM ATM adalah layanan perbankan berupa mesin anjungan tunai mandiri yang dimiliki oleh BSM dimana dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi tunai maupun non tunai. BSM ATM juga dapat digunakan untuk nasabah dari bank anggota Bersama, Prima dan Bancard.

c. BSM Produk pembiayaan

- 1) Pembiayaan pemilikan rumah (BSM griya) adalah pembiayaan yang memberikan kemudahan kepada nasabah untuk memiliki rumah idaman sesuai dengan prinsip syariah.
- 2) Pembiayaan pemilikan rumah (PUMP-KB Jamsostek) adalah pembiayaan yang bertujuan untuk memberikan dukungan pendanaan yang diberikan Jamsostek kepada bank untuk disalurkan dalam bentuk PPR kepada peserta Jamsostek yang memenuhi kriteria/persyaratan tertentu.
- 3) Pembiayaan kendaraan bermotor (BSM oto) adalah pembiayaan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah untuk memiliki pemilikan kendaraan roda empat baik baru maupun bekas dengan sistem *murabahah*.
- 4) Pembiayaan koperasi pada anggota (PKPA) adalah fasilitas yang bertujuan untuk penyaluran pembiayaan kepada/melalui Koperasi Karyawan (Kopkar) untuk pemenuhan kebutuhan para anggotanya (kolektif) yang mengajukan pembiayaan melalui Koperasi Karyawan.

- 5) BSM implant adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan/instansi yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok) dikoordinasi serta direkomendasikan oleh perusahaan/instansi tersebut.
- 6) Pembiayaan kepada pensiunan adalah pembiayaan yang diperuntukkan bagi pensiunan dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun bulanan.
- 7) Pembiayaan dana pendidikan adalah pembiayaan jangka pendek dan menengah untuk memenuhi kebutuhan biaya pendidikan (pendaftaran tahun ajaran/semester baru) dengan akad *Ijarah*.
- 8) Pembiayaan peralatan kedokteran adalah pembiayaan untuk pembelian barang modal atau peralatan penunjang kerja dibidang kedokteran.
- 9) Talangan haji adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah/jamaah haji dalam rangka pendaftaran haji untuk memperoleh nomor porsi BPIH *regular* dan khusus serta pelunasan BPIH khusus.
- 10) BSM warung mikro adalah pembiayaan yang di berikan kepada perorangan atau badan usaha yang ingin mengembangkan usaha dengan syarat usaha telah berjalan minimal 2 tahun.
- 11) BSM gadai emas adalah penyerahan barang/harta dari nasabah kepada bank sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang.

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dengan cara mewawancarai langsung kepada bagian pemasaran *safe deposit box* dan juga karyawan pada Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai, maka dapat diuraikan hasil penelitian dalam beberapa gambaran mengenai strategi sebagai berikut

1. Identitas Responden dan Informan

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh penulis dengan cara observasi, wawancara dan dokumenter penulis mendapatkan data-data yang berhubungan dengan keterkaitan dengan strategi pemasaran yaitu dari 3 orang responden dan 2 orang informan. Responden yang pertama adalah staff pemasar dana, responden kedua adalah pemasar tabungan dan *sales assistant* adapun 2 orang informan yang dimaksud yaitu pegawai Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai. Maka hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Identitas responden

1) Nama : Dani Rahman

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Pendidikan : S1

Jabatan : Staff Pelaksa Marketing Mikro

2) Nama : Hilda Norma Elyani

Jenis Kelamin: Perempuan

Pendidikan : S1

Jabatan : Sales Assistant

3) Nama : Helmiansyah

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Pendidikan :S1

Jabatan : Sharia Funding Executive (SFE)

b) Identitas Informan

1) Nama : Januarully Pratama

Jabatan : Pegawai Bank Syariah Mandiri (BSM)

2) Nama : Afrizal Maswir

Jabatan : Kepala Cabang Pembantu di Bank Syariah Mandiri
(BSM) KCP Barabai

Segmentasi target pemasaran suatu produk bank harus ditargetkan dari awal dengan seefektif mungkin, hal itu diperlukan untuk mencapai tujuan dari pemasaran tersebut. Jadi, pada saat produk tersebut diluncurkan ke pasaran, bank sudah memiliki gambaran ke mana produk tersebut harus dipasarkan.³

Segmentasi dan target pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai harus disesuaikan dengan jenis produk jasa yang ditawarkan. Target pemasaran untuk produk jasa Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai ini ditujukan kepada nasabah, seperti pelajar, mahasiswa ataupun masyarakat umum.⁴

2. Strategi Pemasaran

Dalam memasarkan produk jasa khususnya *safe deposit box*, Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai memiliki beberapa strategi pemasaran dalam memasarkan produk jasa terutama *safe deposit box*. Berdasarkan hasil

³ Dani Rahman, Pelaksanaan Marketing Mikro, wawancara pribadi, Barabai 23 april 2016

⁴ Risda Norma Helyani, *Sales Assistant*, wawancara pribadi, Barabai 2 april 2016

wawancara yang penulis dapatkan di lapangan, ada beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai, yaitu:

Strategi pertama, Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai melakukan pemasaran langsung dengan: 1) Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai menawarkan secara langsung kepada nasabah yang datang untuk membuka rekening atau yang lainnya melalui CS (*customer servis*). 2) Pihak marketing Bank Syariah Mandiri KCP Barabai juga mempromosikan produk *safe deposit box* melalui Brosur dengan membagikan melalui Centra Pasar Barabai

Sehingga kesempatan itulah Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai akan menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan keunggulan produk jasa terutama *safe deposit box* yang ada di Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai. Cara penyampaian yang baik akan menarik minat nasabah untuk menggunakan produk jasa terutama *safe deposit box* yang ada sebab kebanyakan nasabah tidak mengetahui adanya produk jasa terutama *safe deposit box*.

Strategi kedua, melalui *event* dan pameran sebagai ajang promosi untuk Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai dalam memasarkan produk-produknya, termasuk produk *safe deposit box* melalui sebuah *event*, pengetahuan calon nasabah atau pengunjung pada *event* tersebut sangat menentukan terhadap suksesnya media promosi tersebut dalam memunculkan minat pengunjung yang datang.⁵

Beberapa keunggulan dari Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai, yaitu:

⁵ Afrizal Maswir, Kepala Cabang Pembantu, Wawancara Pribadi, Barabai 23 April 2016

- a. Proses Cepat, nasabah dapat menyewa *safe deposit box* dalam waktu relatif cepat, proses administrasi hanya membutuhkan waktu 15 menit.
- b. Caranya Mudah, penyewa cukup dengan membawah barang-barang yang akan disimpan dalam *safe deposit box* seperti: perhiasan, semua jenis mata uang, dan surat-surat berharga dengan bukti kepemilikan dan melampirkan bukti identitas serta penyewa wajib membuka rekening TAPLUS atau GIRO di Bank BSM Syariah khususnya pada Kantor Cabang.
- c. Jaminan keamanan atas barang pada Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai akan memberikan jaminan atas barang yang diserahkan dengan standar keamanan yang telah teruji berupa anak kunci yang di pegang oleh penyewa.

3. Kendala dalam Memasarkan Produk Jasa

Kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Barabai dalam pemasaran produk jasa khususnya *safe deposit box* ini adalah nasabah kurangnya pengetahuan dan pemahaman dalam kegunaan sebuah produk. Adapun kendala lainnya dalam memasarkan produk jasa adalah bermunculannya bank pesaing baru yang tentunya menawarkan produk jasa yang sama.⁶

Sehingga Kendala yang didapatkan dalam memasarkan sebuah produk jasa khususnya *safe deposit box* pada Bank Syariah Mandiri KCP Barabai adalah sebagai berikut:

⁶ Helmiansyah, *Sharia Funding Executive*, wawancara pribadi, Barabai 9 april 2016

- a. Faktor Internal (*Human Error*) yaitu kendala yang datang dari Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai, dimana tidak terlepas dari kesalahan dari individu itu sendiri. Pelaksanaan marketing sendiri masih banyak melakukan kesalahan dalam memasarkan sebuah produk jasa terutama *safe deposit box*, namun pihak pemasaran mencoba terus mengenalkan serta menawarkan sebuah produk jasa terutama *safe deposit box* yang ada di Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai.
- b. Faktor eksternal yang menjadi kendala adalah persaingan antar bank yang sudah mulai bersaing dalam memasarkan produk jasa terutama *safe deposit box*, minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah sehingga minat masyarakat terhadap bank syariah masih kurang, dan kurangnya minat masyarakat terhadap produk *safe deposit box* dikarenakan masyarakat masih menganggap belum perlunya produk jasa tersebut untuk digunakan dan merasa lebih aman menyimpan barang-barang berharganya dirumah.

C. Analisis Data

Pelayanan dan keramahan para pegawai bank juga selalu diberikan kepada para nasabah, sehingga nasabah merasa lebih nyaman dengan adanya pelayanan dan keramahan tersebut. Strategi pemasaran produk jasa khususnya *safe deposit box* di Bank Syariah Mandiri KCP Barabai merupakan salah satu lembaga yang bergerak dalam bidang ekonomi yang diperuntukan bagi masyarakat pada

umumnya. Semua kegiatan Bank Syariah Mandiri dapat berjalan lancar dan berkembang karena modal yang dimiliki mampu memenuhi kebutuhan yang diperlukan.

Sejak awal berdirinya Bank Syariah Mandiri KCP Barabai, telah dipersiapkan untuk mencapai suatu perkembangan dengan mengacu pada mutu pelayanan. Hal ini dapat dilihat pada peningkatan strategi pemasaran produk jasa terutama *safe deposit box* yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Barabai. Untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang sesuai, untuk itu banyak perusahaan menerapkan strategi pemasaran untuk mencari laba sebagai tujuan yang hendak dicapai. Demikian pula penetapan strategi pemasaran oleh Bank Syariah Mandiri KCP Barabai perlu dilakukan agar tujuan dapat tercapai antara lain:

1. Perencanaan Produk

Dalam perencanaan produk pihak BSM harus memperhatikan kepuasan nasabah, hal-hal yang perlu diperhatikan menyangkut konsep produk yaitu kualitas, barang kemasan, pelayanan dan jaminan produk. Dalam hal ini produk BSM adalah jenis simpanan jasa yang diperlukan masyarakat. Berdasarkan konsep motifasi produk yang dilontarkan maka Bank Syariah Mandiri KCP Barabai dapat menciptakan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

2. Harga

Harga merupakan salah satu variabel dari *marketing mix* yang paling unik, karena harga merupakan satu-satunya variabel yang menghasilkan *cash in flow*. Jadi suatu perusahaan harus menentukan harga dari produknya yaitu

sebelum di jual, tentunya dengan mempertimbangkan keuntungan yang didapat. Biaya yang dikenakan cukup relatif murah yaitu dengan transfer hanya dikenakan Rp5000 setiap transaksi.

3. Promosi

Promosi suatu produk merupakan suatu tindakan yang sangat penting dalam rangka memperkenalkan melalui promosi perusahaan berusaha meyakinkan konsumen tentang keunggulan produknya dengan maksud agar konsumen percaya dan pada akhirnya timbul keinginan yang mendorong untuk melakukan pembelian. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Barabai antara lain sebagai berikut:

- a. Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai menawarkan secara langsung kepada nasabah yang datang untuk membuka rekening atau yang lainnya melalui CS (*customer servis*).
- b. Pihak marketing Bank Syariah Mandiri KCP Barabai juga mempromosikan produk *safe deposit box* melalui Brosur dengan membagikan melalui Centra Pasar Barabai
- c. Melalui *event* dan pameran sebagai ajang promosi untuk Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai dalam memasarkan produk-produknya, termasuk produk *safe deposit box*

d. Pelayanan dan keramahan

Pelayanan dan keramahan para pegawai Bank Syariah Mandiri KCP Barabai juga selalu diberikan kepada para nasabah, sehingga nasabah merasa lebih nyaman dengan adanya pelayanan dan keramahan tersebut. Selain itu dengan

adanya pelayanan dan keramahan yang memuaskan, secara tidak langsung akan mempengaruhi Bank Syariah Mandiri KCP Barabai dalam menawarkan produk terutama produk pendanaan maupun pembiayaan dan jasa sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang akan ditawarkan.

e. Saluran Distribusi

Suatu barang tidak akan berguna bila tidak dikendalikan pada waktu dan tempat dimana barang tersebut dibutuhkan. Jadi agar produk tersebut benar-benar dapat diminati oleh nasabah, perusahaan dijangkau oleh para nasabah harus benar-benar memilih saluran distribusi yang tepat agar produk tersebut dapat dijangkau oleh para nasabah. Dimana produk *safe deposit box* sebenarnya merupakan produk yang fleksibel, karena tidak hanya untuk kalangan keatas, tetapi menengahpun bisa menggunakannya.

Kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Barabai dalam pemasaran produk jasa khususnya *safe deposit box* ini dimana tidak terlepas dari kesalahan dari individu itu sendiri. Pelaksanaan marketing sendiri masih banyak melakukan kesalahan dalam memasarkan sebuah produk jasa terutama *safe deposit box*, dan persaingan antar bank yang sudah mulai bersaing dalam memasarkan prosuk jasa terutama *safe deposit box*, minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah sehingga minat masyarkat terhadap bank syariah masih kurang, dan kurang nya minat masyarakat terhadap produk *safe deposit box* dikarekan masyarkat masih menganggap belum perlunya produk jasa tersebut untuk digunakan dan merasa lebih aman menyimpan barang-barang berharganya dirumah.