

**OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PELAJAR (iB) PADA BSI KC PAMEKASAN**

Iftiatun Dian Humairoh¹

¹Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Masyarakat Madani Pamekasan

Email : dhieyan0456@gmail.com

ABSTRACT

This article aims to examine the marketing strategy for student savings products at BSI KC Pamekasan. The research method used in this paper is a qualitative method with a case study approach. The main topic of the research is to optimize the marketing strategy for student savings products, namely the marketing strategy that has been carried out by Bank BSI KC Pamekasan, namely by applying the concepts: Segmentation, Targeting, Positioning and Marketing Mix And with the obstacles that occur at BSI KC Pamekasan, this can be used as a guideline or reference point in building BSI KC Pamekasan to be more advanced and able to develop potential marketing strategies for SimPel savings products at BSI KC Pamekasan. The concept used by BSI KC Pamekasan in practice is less than optimal because there are still obstacles that occur including: low community interest, lack of human resources, lack of BSI office network, lack of time for socialization, lack of cooperation with schools, and lack of training for employees. regarding the promotion or marketing system for BSI KC Pamekasan products.

Keywords: *Marketing Strategy, Optimization, SimPel (iB)*

PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai lembaga perantara keuangan atau finansial intermediary institution sebagai perantara keuangan. Bank syariah menjembatani kebutuhan kedua pihak yang merupakan nasabah yang membutuhkan dana. Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi, serta menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan atau dalam bentuk lain yang diperoleh dalam syariah.

Perbankan syariah di Indonesia bermula sejak tahun 1983 pada tahun tersebut Bank Indonesia memberikan keleluasan kepada bank-bank untuk menetapkan suku bunga. Pada tahun 1990 Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Bulan Agustus pada tanggal 18-20 tahun 1990 Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di daerah Cisarua, Bogor. Pada tahun 1998 pemerintah dan dewan perwakilan rakyat (DPR) melakukan

penyempurnaan Undang- Undang Nomor 7 tahun 1992 tersebut menjadi Undang- Undang Nomor 10 tahun 1998 yang secara tegas menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan ditanah air (dual banking system) yang artinya memiliki dua sistem, sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah.

Tabungan simpanan pelajar (SimPel) yang merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka mengedukasi dan mendorong budaya menabung sejak dini. Pemasaran yang dilakukan harus menerapkan suatu strategi yang tepat dalam rangka menarik minat anak usia dibawah 17 tahun untuk menjadi nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Dengan persyaratan yang mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, diharapkan anak usia dibawah 17 tahun dimulai dari PAUD hingga SMA nantinya mereka gemar menabung dan melatih mengelola keuangan mereka sendiri. Untuk setoran awal Tabungan simpanan pelajar sebesar Rp. 1000 dan setoran lanjutan minimum Rp. 1000. Tabungan ini menerapkan akad wadi'ah yaitu tabungan yang tidak mendapatkan keuntungan karena merupakan titipan yang dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lain seperti kartu ATM.

Produk SimPel (iB) pada BSI KC Pamekasan pada tahun 2023 ini mengalami beberapa kendala dan hambatan dalam proses pemasaran produk tersebut. Melihat pada data nasabah, minat masyarakat terhadap produk SimPel ini masih sangat minim dikarenakan beberapa factor yang mempengaruhi. Padahal jika melihat dari aspek tujuan dari produk ini adalah agar para pelajar sebagai generasi penerus bangsa dapat menjadikan kegiatan menabung bukan hanya sebagai kewajiban melainkan kebutuhan atau bahkan gaya hidup. Budaya menabung penting dimulai sejak dini agar dapat mendidik anak untuk mampu mengendalikan diri dalam bersikap konsumtif serta belajar untuk dapat membelanjakan uang yang dimilikinya secara bijak. Selain itu, kegiatan menabung dapat melatih anak dalam mengelola keuangan secara bertahap sehingga pada saatnya nanti mereka dapat tumbuh menjadi masyarakat yang terampil dalam hal pengelolaan keuangan dan pada akhirnya akan mencapai kesejahteraan keuangan.

Marketing strategy BSI dengan pendekatan kepada nasabah yang belum menggunakan jasa BSI, memberikan pelayanan terbaik, memfasilitasi dengan teknologi terkini contohnya e-banking, serta yang terutama adalah tidak mengecewakan nasabah. Melalui kajian SWOT BSI berada pada level tumbuh dan berkembang didukung strategi yang agresif. Pada level tersebut

pengembangan pasar, produk dan penetrasi pasar dapat menopang penyebarluasan sistem dan produk BSI. BSI juga didukung sebuah peluang dimana strategi agresif yang didukung oleh keunggulan biaya dan strategi diferensiasi menjadi alternatif untuk diterapkan.

Strategi pemasaran tertuang dalam empat posisi marketing mix, yaitu strategi harga (price), strategi tempat (place), strategi promosi (promotion), strategi produk (product). Keempat strategi ini bersifat saling berkaitan satu sama lainnya. Dengan begitu keempat strategi ini akan berjalan seimbang apabila keempat strategi ini dijalankan dengan baik. Strategi pemasaran perbankan hendaknya diimplementasikan secara konsisten dan bijaksana. Saat ini, Bank Syariah Indonesia KC Pamekasan memiliki beragam produk dan jasa perbankan syariah yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satu produknya adalah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel iB). Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel iB) merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung.

Tabungan simpanan pelajar memiliki peminat menabung yang sangat relatif rendah sehingga perlu adanya pembaharuan strategi untuk mengatasi masalah yang terjadi. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang produk tabungan simpanan pelajar di BSI KC Pamekasan. Sehingga perlu diterapkan bauran pemasaran tersebut untuk menambah minat calon nasabah menabung menggunakan produk tabungan simpanan pelajar ini.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (iB) Pada BSI KC Pamekasan".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan peneliti yaitu penelitian lapangan (*field research*), yang mana penelitian lapangan (field research) ini dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Pada penelitian lapangan (*field research*) adalah peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Pendekatan ini terkait dengan pengamatan biasanya pada penelitian lapangan ini membuat catatan lapangan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan di analisis dalam berbagai cara.

Data dalam penelitian pada dasarnya terdiri dari semua informasi atau bahan yang disediakan alam (dalam arti luas) yang harus dicari, dikumpulkan dan dipilih oleh peneliti. Data bisa terdapat pada segala sesuatu apa pun yang menjadi bidang dan sasaran penelitian.

Data dapat diperoleh dari sumber data primer dan data sekunder yaitu:

1. Data primer: Sumber data primer merupakan sumber data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung di lapangan, misalnya narasumber atau informan.
2. Data sekunder: Sumber data sekunder merupakan sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain, misalnya: buku, dokumen, foto, dan statistik.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi: Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan disengaja melalui pengamatan dan pencatatan terhadap gejala yang diselidiki.
- b. Wawancara: Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan.

1) Dokumentasi

2) Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi pemasaran pada tabungan simpanan pelajar (iB) di BSI KC Pamekasan

Dalam hal ini berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Bank BSI KC Pamekasan dalam kurun satu bulan. Penulis dapat memberikan kesimpulan yang telah dikumpulkan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BSI KC Pamekasan khususnya pada produk tabungan SIMPEL dan apa saja keunggulan dari produk tabungan simpanan pelajar. Strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar yang dilakukan oleh Bank BSI KC Pamekasan yaitu *segmentation, targetting, positioning*, dan

marketing mix yang meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi.

Strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar yang di gunakan Bank BSI KC Pamekasan sebagai berikut :

a. Segmentation

Langkah pertama yang dilakukan oleh Bank BSI KC Pamekasan dalam kegiatan pemasaran adalah dengan segmentasi pasar. Segmentasi pasar Bank BSI KC Pamekasan memiliki segmentasi pasar secara khusus. Segmenting atau yang sering disebut dengan segmentasi pasar merupakan Tindakan mengklasifikasikan pasar ke dalam kelompok-kelompok dengan berbagai kategori. Sehingga kondisi tersebut memungkinkan kebutuhan produk yang berbeda atau kombinasi pemasaran yang terpisah. Singkatnya, segmentasi merupakan proses bagian-bagian yang lebih kecil berdasarkan dari karakteristik yang memiliki nilai Segmentasi merupakan pengelompokan produk berdasarkan usia, tempat tinggal, penghasilan, gaya hidup atau bagaimana cara customer menggunakan produk.

Dalam tabungan SimPel iB ini usia rata-rata pengguna di bawah 17 tahun, karena produk ini dikhususkan untuk para pelajar. Dalam strategi ini Bank Syariah Indonesia lebih mudah mengelompokan kategori dikarenakan tabungan SimPel iB ini sudah sangat jelas dan sudah tersudut sekali dengan pelajar, dan sekolah-sekolah yang ada di sekitar BSI KC Pamekasan.

b. Targetting

Untuk target pasar, Bank BSI KC Pamekasan menargetkan untuk semua masyarakat khususnya pelajar agar belajar menabung kepada produk tabungan SIMPEL yang mudah dan ringan sehingga tidak ada alasan bagi pelajar atau mahasiswa untuk sulit menabung. Mudah memilikinya, mudah penyetorannya serta mudah pengelolaan dananya. Hanya dengan mendatangi kantor Bank BSI KC Pamekasan dan mengisi formulir syarat pembukaan rekening tabungan SIMPEL yaitu:(1)Tabungan Perorangan dengan prinsip wadiah, (2) Memiliki bukti identitas sebagai warga negara indonesia, (3) Tidak diperkenankan untuk rekening bersama dengan status “dan/atau” Satu orang hanya memiliki satu rekening di Bank BSI KC Pamekasan untuk produk yang sama, kecuali bagi orang tua yang membuka rekening untuk Penerapan strategi produk tabungan SIMPEL adalah dengan menampilkan mutu dari produk simpel tersebut. Sehingga dapat memenuhi keinginan pasar sasaran, (4) anak yang masih dibawah perwakilan. Melengkapi dokumen sebagai

berikut:

- a. Aplikasi pembukaan rekening tabungan
 - b. Kartu identitas yang berlaku (KTP/SIM/ Paspor)
 - c. NPWP atau surat pernyataan terkait kepemilikan NPWP
 - d. Untuk usia kurang dari 17 tahun atau pelajar
- c. Positioning

Bank BSI KC Pamekasan mensosialisasikan dirinya sebagai mitra bisnis yang amanah dan masalah, memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan kepada masyarakat. Sehingga Bank Syariah merupakan solusi terbaik untuk memberikan berbagai fasilitas produk dan jasa kepada masyarakat dengan menggunakan sistem bagi hasil dalam proses yang cepat, praktis dan menentramkan serta jangka waktu tertentu yang fleksibel. Maksudnya posisi disini lebih kepada penempatan produk Tabungan SIMPEL iB ini dengan pesaing atau kompetitor, dan apa saja yang menjadi keunggulan maupun perbedaan dengan produk pesaing. Memang Tabungan Simpanan Pelajar bukan Hanya di BSI KC Pamekasan saja, namun dengan tabungan berbasis Syariah ini, siswa akan mengerti bagaimana hukum riba yang tidak di terapkan pada Bank Syariah tersebut. Dan keunggulan lain tabungan ini adalah dengan cara penarikan tabungan secara langsung ke sekolah-sekolah untuk memudahkan siswa menabung tanpa harus datang langsung ke Bank.

d. Marketing mix

Untuk mencapai target pasar, diperlukan marketing mix atau bauran pemasaran. Karena bagian inilah yang terlihat dipasar. Ibu Dina selaku bagian tim Funding BSI KC Pamekasan menjelaskan :

“Adapun proses marketing mix yang diberikan oleh BSI KC Pamekasan dalam transaksi produk tabungan SIMPEL sangat mudah, dimana CS menggali terlebih dahulu kebutuhan nasabah karena latar belakang kebutuhan calon nasabah berbeda- beda, ada yang untuk menabung saja dan ada juga yang untuk memperoleh keuntungan setelah proses penggalan informasi selesai baru CS menawarkan produk tabungan SIMPEL kepada nasabah setelah itu untuk pembukaan rekening tabungan juga cukup sangat mudah yaitu hanya menyerahkan NPWP/KTP selain itu nasabah juga bisa membuka rekening secara online tanpa harus datang ke bank”

Berdasarkan Pemaparan di atas Bank BSI KC Pamekasan memiliki beberapa strategi dalam pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Strategi produk: Penerapan strategi produk tabungan SIMPEL adalah dengan menampilkan

mutu dari produk simpel tersebut. Sehingga dapat memenuhi keinginan pasar sasaran.

2. Strategi harga: Penetapan strategi pemasaran produk SIMPEL dari segi harga sebagai pengembalian modal adalah berupa sistem bagi hasil. Bagi hasil merupakan kebijakan yang diberikan oleh pihak bank sesuai kesepakatan bersama antara bank dan nasabah. Pada Bank BSI KC Pamekasan sistem bagi hasil tersebut perlu dikomunikasikan guna menumbuhkan pemahaman yang mendalam mengenai sistem operasionalnya. Dengan begitu, keuntungan yang akan diperoleh nasabah produk tabungan simpel selain rasa aman dan rasa was-was akan riba yang disebabkan oleh pemberian suku bunga.
3. Strategi distribusi: Untuk mempermudah pelanggan memperoleh akses pelayanan Bank BSI KC Pamekasan, sejak diluncurkannya produk tabungan SIMPEL pada tahun 2015, Ibu Elly Selaku PBRM Bank BSI KC Pamekasan Beliau mengatakan :
”Menggandeng kalangan masyarakat sebagai mitra kerja dan memberikan brosur-brosur kepada masyarakat agar masyarakat mudah mendapatkan informasi tentang produk tabungan simpel”
4. Publisitas: Berupa seminar, pidato, pertemuan dengan pers laporan tahunan dan sebagainya
5. Pejualan pribadi: Pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli dengan tujuan melaksanakan pembelian. Atau dengan kata lain melakukan pendekatan secara personal kepada calon nasabah potensial. Petugas membagikan brosur kepada masyarakat lalu menjelaskan produk tabungan simpanan pelajar tersebut.

Pada dasarnya strategi pemasaran yang digunakan pada produk tabungan SIMPEL iB itu sama, yaitu strategi yang digunakan dengan menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) dengan rincian sebagai berikut:

- a. Product: Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang memiliki nilai suatu pasar sasaran, dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. BSI KC Pamekasan memanfaatkan produk-produk tabungan yang mereka keluarkan untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah mereka. dengan sangat mengerti dan memahami kebutuhan beragam masyarakat. Ibu Dina selaku bagian dari Tim Funding BSI KC Pamekasan Beliau menjelaskan :

”Produk tabungan SIMPEL iB yang ditawarkan BSI KC Pamekasan disini adalah produk tabungan dengan menawarkan kepada masyarakat bahwa menabung dan menyimpan dana itu memiliki banyak manfaat. Misalnya apabila kita membutuhkan uang untuk keperluan mendadak kita bisa mengambilnya setiap saat, kemudian dengan

keunggulan yang dimiliki tabungan SimPel iB sendiri yaitu kartu ATM yang dapat digunakan untuk setor tunai maupun tarik tunai diseluruh dunia dengan menggunakan jaringan VISA, kemudian dapat digunakan untuk belanja online dengan menggunakan jaringan Bank Syariah Mandiri.”

b. Promotion:

“Dengan strategi promosi yang sudah ditetapkan tentu saja dapat meningkatkan jumlah nasabah, apalagi dengan promosi secara personal selling yang dilakukan langsung oleh customer service yang ada pada bank syariah Indonesia KC Pamekasan, dengan promosi yang dilakukan oleh karyawan yaitu customer service tersebut mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan simpanan pelajar (iB). Strateginya kita lebih ke Islamic ekosistem, menggunakan targeting dalam proses pemasaran yang dimana kita lebih memfokuskan kepada sekolah-sekolah yang Islami. Biasanya cara yang dilakukan adalah sekolahnya dibukakan rekening, bikintabungan payroll yang buat gaji, dan juga sekalian mengajarkan anak – anak sekolah untuk melakukan transaksi perbankan untuk tabungan simpanan pelajar. Karena sekarang zamannya digitalisasi yang dimana segala sesuatu mudah di akses. Anak kecil atau anak SD punya ATM kan lucu banget ya mbak, punya M-banking sendiri atas nama dia lucu banget kan. Orang tua zaman sekarang pun juga banyak yang tidak mau ribet. Misalnya sedang tidak ada dirumah tapi anaknya mau beli barang yang dia mau. Jadi dibukakan tabungan simpanan pelajar untuk memberi uang jajan kepada anaknya dan tinggal transfer aja sangat mudah. Sekarang pun banyak kantin - kantin atau tempat jajan yang menggunakan QRis jadi anak pun lebih mudah untuk melakukan transaksinya.”

Promosi merupakan cara langsung dan tidak langsung untuk mempengaruhi konsumen agar lebih suka membeli dan konsumen percaya dan pada akhirnya timbul keinginan yang mendorong untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu. Dalam menghadapi persaingan BSI KC Pamekasan juga melakukan promosi dimana pada dasarnya kegiatan promosi yang dilakukan BSI KC Pamekasan ini sama dengan kegiatan promosi pada produk dan jasa lembaga keuangan lainnya. Promosi disini BSI KC Pamekasan menggunakan cara sebagai berikut:

- 1) Periklanan
 - 2) Promosi penjualan
 - 3) Publisitas
 - 4) Personal selling
- c. Place: kantor cabang BSI KC Pamekasan, kemudian kami juga menawarkannya dengan sistem jemput bola atau mendatangi nasabah sesuai kesepakatan tempat antara nasabah dan pihak bank. Sistem ini merupakan upaya untuk memudahkan nasabah dalam menabung maupun melakukan penarikan tabungan.

- d. **People:** merupakan aset utama dalam industri jasa perbankan, dalam hal ini adalah para karyawan dan karyawan BSI KC Pamekasan yang berada pada posisi depan (*frontliner*) yang langsung bertemu dan memberikan servis kepada nasabahnya. karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan nasabah puas dan loyal. Faktor penting lainnya dalam **people** adalah attitude dan motivation dari karyawan dalam industri jasa, dengan karyawan dan karyawan yang menjadi ujung tombak BSI KC Pamekasan yang dilengkapi dengan wawasan luas dan skill perbankan yang tinggi akan membuat nasabah BSI KC Pamekasan memberikan rasa percaya dan aman bertransaksi di BSI KC Pamekasan.
- e. **Proses:** Cara ini di implementasikan BSI KC Pamekasan dengan membuka dan menutup kantornya dicabang sesuai waktu yang telah ditentukan, lalu karyawannya juga diberikan skill yang dapat mengikuti prosedur dan sistem yang merupakan standarnya seperti memberikan pelayanan servis disertai dengan senyum untuk menyambut para nasabahnya. Proses yang terus berlangsung ini akan menjamin mutu layanan sehingga mendapat penilaian yang semakin baik.

Peningkatan layanan nasabah juga menjadi perhatian BSI KC Pamekasan untuk memudahkan transaksi nasabah pada produk tabungan SIMPEL iB BSI KC Pamekasan memiliki berbagai fasilitas pelayanan diantaranya transaksi tunai, transaksi ATM, pembayaran belanja diseluruh dunia melalui jaringan ATM Bank Syariah Mandiri berlogo VISA, ATM bersama, e-Banking Mandiri Syariah yaitu (ATM Mandiri Syariah, Mobile Banking Mandiri Syariah Internet Banking Mandiri Syariah, dan (Gerai Mandiri Syariah).

2. Optimalisasi produk tabungan simpanan pelajar pada BSI KC Pamekasan

Merujuk pada hasil wawancara yang telah dilakukan kepada para narasumber mengenai pengoptimalan pemasaran produk tabungan SimPel ini pada BSI KC Pamekasan, menunjukkan hasil yang signifikan bahwasannya strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (iB) di BSI KC Pamekasan sudah bisa dikatakan teroptimalkan secara teknis pelaksanaan atau secara terstruktur. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa adanya terdapat hambatan-hambatan selama proses pemasaran yang dilakukan pihak BSI kepada pihak nasabah yang terlibat. Salah satu narasumber yang bernama ibu Elly beliau mengemukakan argument bahwasannya pemasaran produk tabungan SimPel ini pada BSI KC Pamekasan sudah lumayan terimplementasikan secara menyeluruh di daerah Pamekasan, walaupun tidak sampai ke seluruh

ada di daerah Pamekasan. Di samping itu juga melihat dari aspek sasaran daripada produk tabungan SimPel itu sendiri, yaitu para pelajar dan anak sekolah.

Ada 3 elemen yang menjadi dasar dalam pengoptimalan strategi pemasaran produk SimPel ini pada BSI KC Pamekasan diantaranya :

a. Tujuan

Tujuan yang dapat membentuk maksimasi atau minimasi, yang dimana bentuk maksimasi disini mengarah kepada pengoptimalan yang berhubungan dengan keberhasilan atau keuntungan. Pada BSI KC Pamekasan dapat dilihat secara maksimasi pengoptimalan strategi pemasaran produk SimPel sudah terlaksanakan secara minimasi, bukan maksimasi dikarenakan hasil atau keuntungan yang diperoleh masih belum melebihi standar targetting per tahunnya, tetapi secara menyeluruh BSI KC Pamekasan sudah melakukan pengotimalan atau penstabilan strategi pemasarannya dalam produk tabungan SimPel (iB).

b. Alternatif keputusan

Alternatif Keputusan disini bermakna pada beberapa pilihan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan tadi. Pada BSI KC Pamekasan Alternatif Keputusan yang di lakukan adalah dengan cara mendiskusikan dan melakukan semacam rapat pengambilan keputusan disaat yang genting selama proses Pamekasan tersebut tanpa melupakan tujuan bersama yang ingin dicapai oleh BSI KC Merdeka Bogor dalam pengotimalan strategi pemasaran produk tabungan SimPel ini.

c. Sumber daya yang dibatasi

Sumberdaya yang dibatasi disini maksudnya adalah mengacu kepada perjuangan yang harus dilakukan demi tercapainya tujuan bersama tadi yaitu keberhasilan dalam pengoptimalan strategi pemasaran produk tabungan SimPel pada BSI KC Pamekasan yaitu dengan cara :

- 1) Melakukan pengidentifikasi tujuan
- 2) Mampu mengendalikan dan mengatasi masalah yang diluar dugaan.
- 3) Melakukan pemecahan masalah yang lebih dapat diandalkan
- 4) Mampu melakukan alternatif keputusan dengan cepat.

3. Hambatan dan solusi dalam memasarkan produk tabungan simpanan pelajar di BSI KC Pamekasan

Adapun hambatan yang dihadapi Bank Syariah KC Pamekasan dalam memasarkan produk Tabungan Simpel sebagai berikut:

- a. Kurangnya ketertarikan masyarakat dalam menabung, hal ini menjadi kendala umum yang biasa terjadi pada masyarakat. Dalam hal ini dirasakan pihak bank yang menghambat lakunya pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel). Penyebab ketidaktertarikannya masyarakat yaitu dikarenakan pada umumnya masyarakat lebih mengenal bank umum konvensional dan sudah tertarik duluan dengan produk yang ada pada bank konvensional sehingga produk SimPel (iB) ini sudah kurang menarik lagi bagi masyarakat.
- b. Kurangnya sumber daya manusia yang melaksanakan kegiatan pemasaran. Dalam hal ini terkendala pada jumlah tenaga dilapangan yang mempromosikan produk dan juga target yang harus diperoleh setiap bulannya. Ibu Elly selaku PBRM di BSI KC Pamekasan mengatakan:

...”Kurangnya pengetahuan dan pemahaman produk serta pelayanan perbankan syariah. Pengetahuan perbankan syariah masih belum diketahui oleh masyarakat luas, dikarenakan masyarakat masih menganggap bank syariah sama dengan bank konvensional masyarakat umum belum mengetahui sistem perbankan khususnya perbankan syariah, mereka masih kurang mempercayai untuk menabung di bank syariah.”

Kurangnya jaringan kantor Bank Syariah KC Pamekasan. Ibu Gita selaku tim CBRM BSI KC Pamekasan menjelaskan:

”Hal ini dipengaruhi oleh domisi bank konvensional, hal ini mempengaruhi minat masyarakat dalampelosok desa yang pemasaran produk dan jasa yang lebih cenderung ke bank konvensional. Pengembangan jaringan kantor Bank Syariah KC Pamekasan diperlukan dalam rangka perluasan jangkauan pada masyarakat. Disamping itu, kurangnya jumlah bank juga menghambat perkembangan kerjasama antar bank dalam memenuhi likuiditas. Sebagai suatu usaha bank syariah perlu beroperasi dengan skala yang ekonomis, karenanya jumlah jaringan kantor bank yang luas juga akan meningkatkan efisiensi usaha.”

- c. Hanya bisa datang beberapa hari dalam sebulan. Pihak bank hanya dapat datang ke sekolah sebulan 1 - 2 kali dan harinya pun sudah di janjikan kepada pihak sekolah yang sudah bekerja sama dengan pihak bank.
- d. Waktu yang sempit. Kemudian Bapak Wawan selaku CS di bank BSI KC Pamekasan

menjelaskan :

”hanya bisa beberapa jam saja di sekolah karena adanya target yang lain yang harus dicapai oleh bank dalam 1 hari pihak bank harus pergi ke beberapa sekolah yang lain.”

- e. Tidak dapat membuka tabungan apabila tidak bekerja sama dengan pihak bank maka siswa/siswinya tidak dapat membuka tabungan Simpel ini di karenakan produk ini berdasarkan kerja sama pihak sekolah dengan bank.
- f. Perusahaan mengalami hambatan dalam memasarkan produk tabungan Simpel di karenakan masih kurangnya jaringan kantor Bank Syariah Indonesia KC Pamekasan yang ada di daerah kota Pamekasan, keterbatasan sumber daya manusia dan keterbatasan waktu. Kurangnya pelatihan training Bank pada team manajemen pemasaran mengenai jasa perusahaan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Pamekasan sehingga kurang efektif dalam melaksanakan promosi.

Solusi dari Kegiatan pemasaran terasa semakin penting dengan semakin banyaknya bank yang menawarkan produk tabungan yang sejenis. Dengan adanya kegiatan pemasaran yang gencar seperti promosi dan kualitas produk yang lebih baik, maka konsumen diharapkan akan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Dari hasil riset yang telah dilakukan pada BSI KC Pamekasan, sistem yang digunakan dalam meningkatkan pemasaran Tabungan Simpel iB adalah dengan cara sebagai berikut :

- Memberikan segemnetasi presentase ke sekolah-sekolah, sehingga tercipta kerja sama relationship antara pihak bank dengan sekolah. Dengan adanya persentase tersebut, khususnya murid-murid dan guru-guru untuk mengetahui sistem perbankan khususnya Tabungan Simpel iB.
- Strategi jemput bola yaitu strategi yang diterapkan BSI KC Pamekasan dimana pihak marketing yang datang ke sekolah-sekolah sehingga memberikan kemudahan kepada pelajar-pelajar untuk menabung serta dapat langsung menjelaskan tentang produk Tabungan Simpel iB secara rinci.
- Dengan menggunakan brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui bahwa adanya Tabungan Simpel iB yang diperuntukkan bagi pelajar sehingga mampu menumbuhkan pelajar-pelajar yang menabung sejak usia dini.

- Website, dengan website informasi tentang produk-produk tabungan BSI KC Pamekasan dapat diketahui masyarakat luas, sehingga produk dan jasa layanan BSI KC Pamekasan khususnya produk Tabungan Simpel iB dapat diketahui masyarakat luas. Website Bank Syariah Bukopin dapat diakses melalui <https://www.bankbsi.co.id>
- Penjualan Pribadi, dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus personal selling dilakukan oleh petugas customer service dan service assistensi. Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik, karena sekalipun pelayanan yang diberikan sudah maksimal, terkadang nasabah masih saja tidak puas, sehingga pada akhirnya malah beralih ke bank lainnya. Pegawai BSI KC Pamekasan juga mempromosikan produk-produk BSI KC Pamekasan kepada saudara, tetangga maupun kerabat terdekat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan di paparkan diatas maka penulis menyimpulkan bahwa strategi yang telah dilakukan oleh bank BSI KC Pamekasan adalah dengan menggunakan konsep segmentation, targetting, positioning, dan marketing mix. Serta dengan menerapkan 4 unsur yang terdapat pada bauran pemasaran atau marketing mix yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi.

Diharapkan dengan adanya pengoptimalan strategi pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar BSI KC Pamekasan dapat meningkatkan strategi pemasaran pada BSI KC Pamekasan berkembang dengan lebih baik kedepannya. Serta dengan adanya hambatan-hambatan yang terjadi pada BSI KC Pamekasan dapat menjadikan hal tersebut sebagai pedoman atau titik acuan dalam membangun BSI KC Pamekasan menjadi lebih terdepan dan mampu mengembangkan potensi strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar BSI KC Pamekasan

Daftar Pustaka

Al Arif, M. Nur Rianto, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Alfabeta, 2012.

Alsadilla, Khallista Emma. 2023. *Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jember*. IAIN Ponorogo

Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2001.

Brosur Tabungan iB Simpanan pelajar Website resmi Bank BSI, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id> Pada hari sabtu, Tanggal 4 September 2023, Pukul 09:01 WIB.

Dermawan, Muhammad Budiman Tu. 2023. *Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (iB) Pada BSI KCP Merdeka Bogor Pada Tahun 2023*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Hardani dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Mataram: CV. Pustaka Ilmu Group.

Hermansya. 2009. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Kencana.

<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-tabungan-simpanan-pelajar>

Ikatan Bankir Indonesia. *Strategi Bisnis Bank Syariah* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,

2015 Sandora, Liana. 2020. *Analisis Strategi Promosi Produk Simpanan Pelajar (Simpel)*

Di PT. Bank

Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bengkulu. Bengkulu: IAIN Bengkulu