

Marketing Mix Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Denpasar Bali

R. Agrosamdhyo, SE, MM

STAI Denpasar

ragrosamdhyo@gmail.com

ABSTRACT : Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan Marketing Mix pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar. Menjelaskan kegiatan dalam Marketing Mix produk simpanan menggunakan strategi bauran pemasaran atau *Marketing Mix* yang terdiri dari konsep 7P yaitu : *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), dan *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik).

Keyword : Marketing, Bank, BNI Syariah

PENDAHULUAN

Persaingan perbankan dan situasi bisnis di pasar saat ini berubah dengan sangat cepat. Kondisi tersebut berhadapan pula dengan sistem pasar global dengan tingkat persaingan yang semakin tajam di pasar domestik maupun pasar Internasional.

Dalam rangka intensifikasi penghimpun dana masyarakat, perlunya pemanfaatan sarana-sarana penghimpun dana dalam bentuk simpanan yang terdiri dari: Giro, Deposito, dan Tabungan. Dalam mengatasi persaingan, maka aktivitas pemasaran sangat penting. Karena akan mempengaruhi tingkat pertumbuhan dana pada perusahaan.

METODE PENGUMPULAN DATA

Penelitian yang dilakukan dengan membaca tulisan-tulisan yang berkaitan dengan pembahasan yang dilakukan dan peninjauan langsung objek penelitian untuk meneliti hasil data primer.

METODE ANALISIS DATA

Dalam menganalisis data menggunakan analisis data kualitatif yang menjelaskan secara deskriptif mengenai Aktivitas Pemasaran Produk Simpanan PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Pemasaran

a. *American Marketing Association* (AMA) dalam buku Kotler dan Keller tentang Manajemen Pemasaran, menawarkan definisi formal berikut : Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

b. **Philip Kotler** mengemukakan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.

2. Bauran Pemasaran atau Marketing Mix

Kotler menyebutkan konsep pemasaran produk terdiri dari 4P, yaitu :

- a. *Product* (Produk),
- b. *Price* (Harga),
- c. *Place* (Tempat),
- d. *Promotion* (Promosi).

Sedangkan Boom dan Bitner menambahkan 3P dalam konsep pemasaran bisnis jasa yaitu :

- a. *People* (Orang),
- b. *Process* (Proses),
- c. *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan penggunaan konsep pemasaran untuk produk dan jasa menjadi 7P.

3. Pengertian Simpanan

Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 pasal 1 butir (5), tentang perubahan atas Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 menyebutkan bahwa simpanan adalah dana yang dipercayakan masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, tabungan dan/atau bentuk lain yang dipersamakan dengan itu. Macam-Macam Produk Simpanan pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar :

- a. Tabungan
- b. Deposito
- c. Giro

ANALISA DAN PEMBAHASAN

1. Pembauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar

a. Product (Produk)

Produk merupakan salah satu hal utama yang harus ada dalam bauran pemasaran, adapun produk tabungan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Denpasar adalah:

1. Tabungan IB Hasanah Wadiah

Tabungan yang bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank BNI, bebas biaya transaksi di seluruh EDC Bank BNI, Semua EDC Bank di Indonesia dan EDC berjaringan PRIMA, kemudahan transaksi dengan mobile banking & net banking, serta kartu ATM dapat digunakan di seluruh ATM BNI,, Prima, Link serta berlogo VISA.

2. Tabungan IB Hasanah Mudharabah

Tabungan ini gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM BNI. Semua EDC Bank di Indonesia dan EDC berjaringan PRIMA, kemudahan transaksi dengan mobile banking serta net banking, serta Kartu ATM dapat digunakan di seluruh ATM BSI, Bank Mandiri, Bersama, Prima, Link serta berlogo VISA

3. TabunganKu

Tabunganku merupakan produk simpanan yang dihadirkan secara serentak oleh bank-bank di Indonesia, merupakan tabungan program pemerintah

4. Giro IB Hasanah

Tabungan ini merupakan sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasar prinsip wadi'ah yah dhamanah.

5. Tabungan IB Bisnis

Tabungan IB Bisnis adalah produk simpanan yang diperuntukkan bagi nasabah pengusaha dengan kelebihan Kartu ATM Gold yang memiliki fasilitas lebih dari kartu ATM Silver. Memiliki mutasi rekening yang tercetak di buku tabungan

6. Tabungan IB Haji

Tabungan ini tersedia dalam mata uang rupiah yang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah.

b. Price (Harga)

Demikian penetapan harga oleh pihak bank berhubungan dengan :

7. Bagaimana nasabah menerima harga produk yang ditawarkan oleh bank. PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar. Memberikan setoran awal pembukaan rekening tabungan yang ringan kepada nasabah.
8. Tabungan IB Hasanah di peruntukan bagi Perorangan dan Non Perorangan (Badan hukum dan non badan hukum), untuk perorangan setoran awal minimum Rp. 100.000 dan non perorangan Rp. 1.000.000.

Adapun biaya-biaya untuk kedua jenis Tabungan ini adalah sebagai berikut:

1. Biaya penutupan rekening Rp. 20.000.
2. Biaya pergantian buku rekening karena hilang dan rusak Rp. 5.000.
3. Biaya Rekening Dormant atau pasif Rp. 5.000.
4. Saldo minimum Rp. 5.000.

c. Place (Tempat)

PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar, yang beralamat di Jalan Gatot Subroto 288 A-B Denpasar, Bali. Lokasi mudah dijangkau dan dekat dengan pusat keramaian di daerah Denpasar

d. Promotion (Promosi)

Promosi merupakan sarana yang paling tepat untuk menarik dan

mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Adapun bentuk promosi yang telah dilakukan oleh Pihak PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar dalam usaha memperkenalkan produk kepada masyarakat adalah melalui periklanan, publisitas maupun promosi penjualan. Aktif melakukan literasi ke pengajian dan kegiatan masyarakat untuk mengenal produk keuangan di PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar

e. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat atau nasabah, maka PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Selalu menjaga kebersihan serta menyediakan tempat atau ruang tunggu yang luas dan nyaman sehingga nasabah merasa nyaman.
2. Tata ruang kerja karyawan yang di atur dengan baik sehingga dapat meningkatkan semangat karyawan bekerja.
3. Melakukan penghimpunan dana langsung ke tempat nasabah yang dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran sebagai petugas lapangan. Dengan adanya petugas yang langsung melakukan penghimpunan dana ke lokasi nasabah tidak perlu lagi datang ke bank untuk melakukan penyetoran dan penarikan karena bisa dilakukan melalui petugas lapangan.
4. Aktif dalam pengajian dan kegiatan keagamaan di daerah Singaraja untuk meningkatkan pengetahuan umat tentang Bank Syariah

5. Melakukan penagihan langsung ke lokasi nasabah, sehingga memudahkan nasabah melakukan penyetoran pembayaran angsuran kredit.
6. Tersedia komputer yang dapat memudahkan dan mempercepat kegiatan operasional bank seperti menyimpan data-data masyarakat, angsuran kredit, dan mempermudah dalam pembuatan surat menyurat.
7. ATM yang selalu di cek kondisinya agar selalu berfungsi dengan baik saat digunakan oleh nasabah

f. People (Orang-orang)

Jumlah pegawai yang menjalankan operasional di PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar berjumlah 7 (tujuh) orang dengan uraian sebagai berikut :

No	Jabatan	Jumlah
1	Sub Branch Manager	1
2	Operational Manager	1
3	Customer Service Head	1
4	Operational Head	1
5	Sales Head	1
6	General Affair Head	1
7	Appraisal Head	1
8	Staf	20
9	Pegawai Dasar	3
10	Driver	4
	Jumlah	34

Sumber : Operational Staf PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar, 2021

a. Process (Proses)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal kerja, mekanisme, aktivitas produk dan jasa bank yang disampaikan kepada nasabah, prosedur pelaksanaan, mekanisme kerja. Alur pelayanan nasabah dan hal-hal lain yang bersifat rutin.

PENUTUP

1. Kesimpulan

PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar melakukan aktivitas pemasaran produk simpanan menggunakan strategi bauran pemasaran atau *Marketing Mix* yang terdiri dari konsep 7P yaitu : *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), dan *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik).

2. Saran

Hendaknya kegiatan promosi berupa kegiatan sosialisasi, undian, dan pameran serta literasi kepada masyarakat dapat terus dilakukan dengan baik mengingat dengan berubahnya nama Bank PT. Bank BNI Syariah Cabang Denpasar membuat masyarakat masih belum mengenal dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dendawijaya, Lukman. (2001).
Manajemen Perbankan. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Diulio. (1993). *Uang dan Bank*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. (2008). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler dan Keller. (2008). *Manajemen Pamasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Latumaerissa, Julius R. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, J, William, (1995), *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta, BFE UGM