

BAB V

PEMBAHASAN

1. Analisis Cara Pemasaran Produk Pembiayaan Kepada Nasabah Non Muslim di Bank Jatim Syariah Kediri

Melaksanakan strategi pemasaran bagi perusahaan sangatlah penting untuk perkembangan sebuah perusahaan. Setiap perusahaan akan memiliki cara atau strategi pemasaran sendiri agar bisa menarik nasabah untuk membeli produk yang ada. Menurut Christensen, Learned, Guth, dan Andrews, strategi yaitu alat untuk membuat keuntungan untuk bersaing. Dengan begitu tujuan sebuah strategi yaitu mengesahkan dimana bisnis diharuskan ada atau tidak.⁶⁹

Sesuai dengan data yang diperoleh pada dasarnya strategi pemasaran yang dipakai oleh Bank Jatim Syariah Kediri dalam memasarkan produk pembiayaan kepada Non Muslim yaitu

1. Produk

Menurut Philip Kotler produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler

⁶⁹ Richard B. Robinson, Manajemen Strategik, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hal. 6

produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.⁷⁰

Produk menurut Kotler memiliki siklus hidup yang terdiri dari tujuh tahapan, yaitu : Membangkitkan dan menyaring konsep atau gagasan, perencanaan dan pengembangan produk, uji pemasaran, tahap pengenalan, tahap pertumbuhan pasar, tahap kejenuhan, tahap penurunan atau penghapusan produk.⁷¹

Konsep produk dapat dijelaskan bahwa sebuah produk baik berupa barang atau jasa, membutuhkan pendekatan tertentu yang berorientasi pada konsumen. Sedangkan Bank Jatim Syariah Kediri menggunakan sistem pengenalan. Menjelaskan secara rinci produk pembiayaan yang akan ditawarkan dan alur pembiayaan tersebut dengan menggunakan pendekatan konvensional. Sehingga calon konsumen atau nasabah bisa mengerti tentang produk yang ditawarkan.

2. Harga

Umar mendefinisikan harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual

⁷⁰ Irfan Harmoko, Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional, hal 11

⁷¹ Ibid

melalui tawar menawar atau di tetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.⁷² Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.

Bank Jatim Syariah menggunakan keunggulan atau keuntungan produk untuk menarik minat nasabah untuk mengambil sebuah produk pembiayaan. Dimana salah satu keunggulan produk pembiayaan yang ada di Bank Jatim Syariah Kediri yaitu tidak floating rate.

Menurut Henard, DH, dan Szymanski bahwa keunggulan produk adalah superioritas atau perbedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran pesaing.⁷³

Hal ini senada dengan pendapat Amstrong Kotler bahwa menjelaskan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas dan kemudahan pengoprasian produk juga atribut lainnya. Sehingga dapat menarik minat konsumen untuk mengambil produk tersebut.⁷⁴

⁷² Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal 32

⁷³ Angraini Puspitasari, *Analisis Pengaruh Harga...*, Hal. 54

⁷⁴ Sinta Dewi Pratwi, *Strategi Pemasaran Produk...*, Hal. 254

3. People (orang atau target pemasaran)

Pencarian nasabah Non Muslim yang dilakukan Bank Jatim Syariah Kediri dengan cara rekomendasi dari nasabah lain. Kemudian menghubungi calon nasabah dan melihat dari respon pertama dari calon nasabah tersebut. Sehingga pihak perbankan bisa mengambil keputusan selanjutnya untuk memasarkan produk pembiayaan tersebut.

Selain rekomendasi dari pihak nasabah lain, pencarian nasabah bisa juga dilakukan dengan cara prospek langsung atau mendatangi calon nasabah secara langsung tanpa menghubungi terlebih dahulu, tetapi dengan syarat calon nasabah yang di datangi langsung mempunyai perusahaan besar dan bukan perorangan. Pihak perbankan bisa menawarkan produk pembiayaan yang dibutuhkan oleh perusahaan tersebut.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dipakai oleh Bank Jatim Syariah Kediri terhadap calon nasabah Non Muslim yaitu dengan cara menjelaskan sebuah alur produk pembiayaan yang akan ditawarkan dan keunggulan produk pembiayaan tersebut. Tetapi dalam memasarkan produk pembiayaan masih

menggunkan pendekatan konvensional agar bisa lebih mudah dipahami oleh nasabah Non Muslim.

2. Analisis Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Produk Pembiayaan di Bank Jatim Syariah Kediri

Perilaku nasabah melihat dari perilaku yang ditunjukkan oleh individu maupun kelompok dalam membeli dan menggunkan barang atau jasa tersebut. Menurut Nisak, Saryadi dan Suryoko mengatakan bahwa minat dijelaskan sebagai situasi dimana individu sebelum melakukan sebuah perilaku, yang bisa menjadikan landasan untuk prediksi beberapa tindakan dan perilaku tersebut. Peminatan menabung dapat diartikan sebagai daya minat yang mana menyerupai perilaku muncul terhadap kemauan untuk melakukan pembelian.⁷⁵

Dari hasil wawancara tersebut memperoleh informasi tentang alasan nasabah Non Muslim untuk mengambil produk di Bank Jatim Syariah Kediri. Produk perbankan syariah yang diminati saat ini yaitu produk pembiayaan yang ada di Bank Jatim Syariah Kediri.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah Non Muslim untuk mengambil keputusan mengambil produk pembiayaan yang ada di Bank Jatim Syariah Kediri yaitu :

1. Profit (Bagi Hasil)

⁷⁵ Firnanda, Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Promosi..., hal. 2

Bagi hasil menurut Ktut Silvana adalah suatu perkongsian antara dua pihak atau lebih dalam suatu kegiatan usaha atau proyek dimana masing-masing pihak berhak atas segala keuntungan dan bertanggungjawab atas segala kerugian yang terjadi.⁷⁶

Menurut Agustianto bagi hasil adalah keuntungan atau hasil yang diperoleh dari pengelola dana baik investasi maupun transaksi jual beli yang diberikan oleh nasabah.⁷⁷

Bisa disimpulkan bahwa keuntungan bagi hasil sangat berpengaruh terhadap daya minat nasabah Non Muslim yang ada di Bank Jatim Syariah Kediri karena penulisan atas dasar kesepakatan bersama dan tidak ada yang membebani salah satu pihak.

2. Pelayanan

Merupakan syarat terpenting bagi kelangsungan hidup suatu perbankan, termasuk bank syariah. Dengan pelayanan serta kenyamanan yang diberikan pada nasabah akan menentukan laju pertumbuhan suatu bank.

Menurut Melayu S.P. Hasibuan, pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat,

⁷⁶ At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam Volume 4 Nomor 2 oleh Aliman Syahuri Zein, Analisis Perilaku Nasabah dalam Memilih Bank Ssyariah di Kabupaten Mandaling Natal, 2018, hal. 225

⁷⁷ Umiyati dan Shella Muthya Sharif, Kinerja Keuangan dan Tingkat Bagi Hasil..., Hal 54

dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.⁷⁸

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan atau servis adalah sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Dimana pelayanan yang dilakukan pihak Bank Jatim Syariah dengan cara menyampaikan sebuah produk pembiayaan dengan jelas dan menjawab pertanyaan dengan baik.

3. Kulit Produk

Menurut Kotler dan Armstrong kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas produknya maka semakin tinggi kepuasan nasabah terhadap produk tersebut.⁷⁹

Sedangkan menurut Tjiptono kualitas produk memiliki dimensi yang meliputi kinerja, keistimewaan tambahan, keandalan, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika.⁸⁰

⁷⁸ At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam Volume 4 Nomor 2 oleh Aliman Syahuri Zein, Analisis Perilaku Nasabah dalam Memilih Bank Ssyariah di Kabupaten Mandaling Natal, 2018, hal. 225

⁷⁹ Riska Dwi Silviana, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga..., hal. 5

⁸⁰ Ibid, hal. 4