

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti mengenai Analisis Strategi Mix dalam Mendorong Daya Saing Bank Panin Dubai Syariah terhadap Bank Syariah Indonesia, maka peneliti memperoleh beberapa data yang didapat dari lapangan. Pembahasan hasil data diperoleh dengan cara mencocokkan data temuan di lapangan dengan teori-teori dan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh penulis. Dengan *point-point* sebagai berikut:

#### **A. Pelaksanaan Strategi Marketing Mix di Bank Panin Dubai Syariah KCU**

##### **Malang**

##### **1. Product**

Produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya.<sup>48</sup> Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Bank Panin Dubai Syariah tentunya mempunyai berbagai macam produk, dari penghimpunan maupun penyaluran dana.

Dalam strategi marketing mix di bidang produk ini Bank Panin Dubai Syariah saat ini harus memperhatikan kepuasan nasabah melalui produk yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Tetapi beberapa produk di Bank Panin Dubai Syariah tidak sepenuhnya memikat

---

<sup>48</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 181

masyarakat untuk berniat menjadi nasabah. Bank Panin Dubai Syariah memilih mengutamakan penjualan pada produk haji yaitu Tabungan Zam-Zam. Hal ini dikarenakan di Bank Panin Dubai Syariah produk haji yang paling diminati oleh masyarakat. Sehingga dengan banyaknya tingkat minat nasabah produk haji di Bank Panin Dubai Syariah menjadikan fokus penjualan dan promosi sepenuhnya difokuskan di produk haji. Dengan keunggulan produk haji ini, menjadikan nasabah haji di Bank Panin Dubai Syariah mengalami penambahan nasabah haji setiap tahunnya. Tabungan Zam-Zam ini memang kurang lebih sama dengan produk tabungan haji yang ada di bank lain. Untuk keunggulannya sendiri di Bank Panin Dubai Syariah sudah ada produk talangan haji dengan menggunakan akad ijarah yang dinilai belum banyak bank syariah yang melakukan itu.

**Tabel 4.5**

**Jumlah Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah**

**(dalam jutaan rupiah)**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>
2013	184
2014	5.768
2015	15.445
2016	26.328

Dari hasil analisa yang penelitian yang didapat, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Denise Tria Akmala yang juga sama-sama mengunggulkan satu produk yaitu Tabungan utama yang merupakan tabungan unggulan yang dimiliki Bank Mega Syariah yang menawarkan produk tabungan utama kepada masyarakat Semarang untuk penyimpanan dana mereka serta memberikan kenyamanan, keamanan dan kemudahan dalam bertransaksi.<sup>49</sup>

## 2. *Price*

Pada Bank Panin Dubai Syariah produk yang di unggulkan adalah Tabungan Zam-Zam. Tabungan Zam-Zam adalah program tabungan Bank Panin Dubai Syariah yang memberikan Porsi Haji senilai Rp 25.000.000, dengan setoran rutin sebesar Rp 1.000.000 per bulan dan jangka waktu 10 tahun (120 bulan).

Tujuan program ini adalah memberikan program menarik bagi Nasabah agar lebih disiplin dalam menabung sekaligus mendapatkan Porsi Haji secara lebih cepat dan untuk memenuhi kebutuhan dana pelunasan maupun uang saku pada saat keberangkatan Haji.

Penerima Manfaat Tabungan Zam-Zam adalah pemilik rekening Tabungan Zam-Zam, namun dapat diberikan kepada keluarga inti (pasangan, anak kandung, saudara kandung, orang tua kandung).

### Persyaratan dan Kelengkapan Dokumen

- Biaya Admin: Rp 750.000

---

<sup>49</sup> Denise Tria Akmala, *Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan Utama di Bank Mega Syariah Cabang Semarang*, (REPO UIN Walisongo Semarang: Skripsi, 2015), diakses tgl 20 Februari 2021.

- Setoran Rutin : Rp 1.000.000 per bulan
- Biaya Perencanaan: Rp 150.000 per bulan
- Jangka Waktu : 10 tahun (120 bulan)
- Copy Identitas Diri : KTP
- Aplikasi pembukaan rekening Tabungan Zam-Zam
- Aplikasi Keikutsertaan Prograam Tabungan Zam-Zam

#### Keunggulan Program

- Langsung mendapatkan nomor Porsi Haji
- Dilindungi Asuransi Jiwa
- Usia penerima manfaat minimal 12 tahun 1 hari

Terdapat satu produk lagi yaitu produk talangan haji di Bank Panin Dubai Syariah yang memberikan penawaran Rp 1.500.000 dapat porsi haji. Dengan setoran awal Rp 1.500.000 dan angsuran sebesar Rp. 625.000 per bulan. Keunggulannya yaitu dengan membayar hanya dengan Rp 1.500.000 sudah mendapatkan porsi haji.

### 3. *Place*

Lokasi adalah tempat di mana suatu lembaga atau bank berdiri dan melakukan usahanya.<sup>50</sup> Dalam Islam penentuan lokasi haruslah selalu mengedepankan kemaslahatan masyarakat dan selalu menghindari unsur kedzaliman terhadap masyarakat di sekitarnya. Penentuan tempat yang strategis juga menjadi salah satu tolak ukur minat nasabah menabung di bank tersebut.

---

<sup>50</sup> Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana, 2007), hal. 62.

Lokasi Bank Panin Dubai Syariah Tbk KCU Malang beralamatkan di Jl. Mgr. Sugiopranoto 7, Malang, Jawa Timur. Lokasi cukup strategis walaupun berada di jalan satu arah. Tempat promosi lainnya ada pada situs resmi Bank Panin Dubai Syariah yang bisa diakses di [www.paninbanksyariah.co.id](http://www.paninbanksyariah.co.id). Bank Panin Dubai Syariah juga membuka kantor cabang di beberapa wilayah diantaranya, Jakarta, Surabaya, Malang, Bandung, Semarang, Surakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Makassar, Palembang, Medan, Maratam.

Lokasi yang sudah strategis sebenarnya menjadi suatu keunggulan untuk memikat minat nasabah. Tetapi dalam produk haji memang yang tertarik hanyalah orang-orang yang berniat melakukan ibadah haji. Sebaliknya, kalau belum ada niat untuk melakukan ibadah haji orang-orang juga belum tentu tertarik.

#### **4. *Promotion***

Agar produk Tabungan Zam-Zam di Bank Panin Dubai Syariah laku terjual sesuai target kepada masyarakat maka diperlukan suatu strategi yang disebut promosi. Promosi dalam Islam harus selalu transparan, artinya segala informasi yang disampaikan untuk menarik minat nasabah harus disampaikan dengan sejujur-jujurnya tanpa ada unsur penipuan. Artinya Bank Panin Dubai Syariah harus mampu mempromosikan produk tersebut seluas mungkin sehingga menjadi produk dengan peminat paling tinggi tanpa melanggar norma-norma syariah yang

berlaku. Berikut adalah sarana promosi yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang, yaitu:

- a. *Advertising* (periklanan), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar, atau katakata yang tertuang dalam spanduk, brosur, koran, majalah, televisi, radio, dan media online. Kegiatan *Advertising* dilakukan untuk memperkenalkan produk dengan meyakinkan dan meningkatkan kembali manfaat suatu produk kepada para pembeli dengan harapan mereka akan termotivasi dan secara suka rela membeli produk tersebut. Tujuannya yaitu untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. *Advertising* dilakukan dalam berbagai macam periklanan, salah satunya seperti mempromosikan setiap produk di media sosial (*online*), agar produk yang diiklankan dapat dengan mudah dilihat oleh orang banyak. Sedangkan dalam bentuk gambar, brosur, dan sebagainya disusun sedemikian rapi, kemudian diletakkan di berbagai ruang Bank Panin Dubai Syariah.
- b. *Publicity* (publisitas), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan amal atau kegiatan sosial lainnya. Cara yang biasa digunakan oleh perusahaan untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen, agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkannya.

Publisitas merupakan suatu alat promosi yang mampu membentuk opini masyarakat secara tepat, sehingga sering disebut sebagai usaha untuk mensosialisasikan atau memasyarakatkan. Dalam hal ini yang harus diperhatikan adalah tercapainya keseimbangan yang efektif, dengan mengkombinasikan komponen-komponen tersebut ke dalam suatu strategi promosi yang terpadu untuk berkomunikasi dengan para pembeli dan para pembuat keputusan pembelian.<sup>51</sup> Dalam hal ini Bank Panin Dubai Syariah melakukannya dengan berpromosi ke pengajian-pengajian dan mengadakan seminar.

#### **5. *Process***

Proses merupakan elemen penting dalam *marketing mix*. Sebagai sebuah lembaga keuangan yang menyediakan jasa Bank Panin Dubai Syariah mengutamakan strategi pemasarannya melalui pelayanan melalui sebuah proses dari *marketing mix* itu sendiri. Setiap *marketing* yang ada di Bank Panin Dubai Syariah memiliki target penjualan setiap bulannya sehingga para *marketing* berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai target, tentunya dengan tetap menjaga prinsip syariah di segala aktivitas. Mulai dari produk yang dipasarkan tidak mengandung hal-hal yang di larang, karyawan tidak melakukan penipuan, serta tidak membuat konsumen merasa dirugikan atau kesulitan.

Selain marketing, CS sebagai *front liner* kantor juga harus bisa menjadi seorang marketing ketika calon nasabah datang. Dalam ekonomi

---

<sup>51</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada,2010), hal . 222.

Islam terdapat prinsip keadilan dan keseimbangan. Oleh karena itu, sebuah lembaga keuangan yang menjalankan prinsip Islam dalam proses memproduksi barang dan jasa sampai dengan menyalurkannya kepada konsumen tidak boleh terdapat unsur keharaman atau riba di dalamnya.

Dalam hal ini, strategi marketing mix syariah yang dilakukan adalah:

- a. Melakukan pelayanan dengan sistem jemput bola sehingga para nasabah tidak perlu repot untuk datang ke bank.
- b. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada calon nasabah dan nasabah lama.
- c. Membuat inovasi pada produk, fasilitas, dan layanan.
- d. Mempertahankan nasabah lama dengan cara memberikan kenyamanan di dalam bertransaksi.

## **6. *People***

*People* merupakan variabel penggerak dari jalannya sebuah pemasaran. SDM merupakan semua pelaku dalam perusahaan yang memiliki peran dalam pembentukan produk dan juga berperan penting dalam pemasaran produk. *People* dalam sebuah organisasi disebut sebagai karyawan, karyawan yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan jasa pelayanan adalah bagian penting dalam membangun loyalitas. Di Bank Panin Dubai Syariah, setiap karyawan dituntut untuk selalu mengedepankan norma dan etika dalam setiap kegiatannya, dan selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah.



Setiap karyawan yang ada di Bank Panin Dubai Syariah dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan baik kepada setiap nasabah.

### **7. *Physical evidance***

Bank Panin Dubai Syariah memiliki tata ruang yang kondusif sehingga dapat membuat nyaman karyawan, nasabah dan calon nasabah yang datang. Dalam ekonomi Islam terdapat ekonomi akhlak, dalam hal ini tidak ada pemisahan antara kegiatan ekonomi dan akhlak. Kemudian ada nilai ekonomi kemanusiaan yang merupakan kegiatan ekonomi yang tujuan utamanya adalah meralisasikan kehidupan yang baik bagi umat manusia. Dalam hal ini *physical evidance* atau bukti fisik yang diberikan kepada nasabah merupakan sebuah usaha untuk menjaga nilai ekonomi dan nilai kemanusiaan yaitu dengan cara memberikan pelayanan terbaik dan mengusahakan kenyamanan bagi setiap nasabah yang melakukan setiap kegiatan yang ada di Bank Panin Dubai Syariah.

## **B. Keefektifan Strategi Marketing Mix dalam Mendorong Daya Saing Bank**

### **1. Kendala dalam Marketing**

Kurangngnya pegawai yang ahli dalam memasarkan produk. Pegawai Bank Panin Dubai Syariah yang harus memberikan penjelasan yang jelas tentang produk serta fasilitas apa saja yang terdapat di bank terutama nasabah yang belum sama sekali menggunakan produk di bank syariah. Maka, untuk memajukan SDM yang berkualitas, Bank Panin Dubai Syariah mengadakan pelatihan kepada pegawai supaya

memperdalam pengetahuannya akan hal pemasaran, faktor yang menjadi penghambatnya ialah biaya yang dikeluarkan tidak sedikit untuk membuat pelatihan kepada para pegawai serta kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) yang sesuai dengan prinsip syariah.

## **2. Persaingan dengan Bank Syariah Indonesia dalam mendapatkan nasabah**

Daya saing diartikan sebagai kemampuan sesuatu atau seseorang untuk tumbuh dan berkembang dengan baik diantara banyaknya usaha yang sejenis dan dalam lingkup lingkungan yang sama pula.

Kehadiran bank syariah hasil merger bisa berdampak pada semakin menguatnya pelaku perbankan syariah lain di Indonesia. Bank Syariah Indonesia digadang-gadang bisa meningkatkan pasar keuangan syariah Indonesia dimata dunia. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, sudah sewajarnya bagi Indonesia untuk dapat menjadi negara terdepan dalam hal perkembangan ekonomi syariah. Hal ini tentu saja bisa terjadi jika adanya sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah yang harus ditegakkan dalam prinsip ekonomi.

Pada Bank Panin Dubai Syariah merasa tidak terdapat persaingan dengan Bank Syariah Indonesia dalam mendapatkan nasabah bank syariah dikarenakan Bank Panin Dubai Syariah lebih mengutamakan produk pembiayaan haji, sedangkan Bank Syariah Indonesia mengutamakan *funding* dan *lending*. Sehingga tidak ada persaingan yang

terjadi dalam memperoleh nasabah karena fokus produk yang berbeda. Dengan ini juga membuat Bank Panin Dubai Syariah seharusnya lebih bisa mengembangkan dan berinovasi terhadap produk haji tersebut dan bahkan memungkinkan untuk menjadi bank dengan pelayanan produk haji terbaik.