

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
DI BANK WOORI SAUDARA INDONESIA
KANTOR CABANG JEMBER**

SKRIPSI



Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Oleh :
Sulva Ulin Nuha
NIM : E20191053

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2023**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
DI BANK WOORI SAUDARA INDONESIA
KANTOR CABANG JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

Sulva Ulin Nuha
NIM. E20191053

Disetujui Pembimbing



Dr. Hj Nurul Setianingrum, S.E., MM.
NIP. 196905231998032001

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
DI BANK WOORI SAUDARA INDONESIA
KANTOR CABANG JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Selasa
Tanggal : 12 Desember 2023

Tim Penguji

Ketua



Dr. Retna Anggitaningsih, SE., MM. CRMP.
NIP. 197404201998032001

Sekretaris



Muhammad Fauzinuddin Faiz, M.H.I.
NIP. 199108042023211023

Anggota :

1. Dr. Roni Subhan, M.Pd



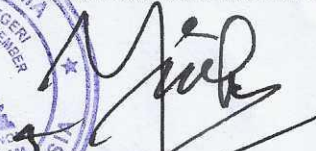
2. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE., MM.



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِتِلْكَ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ
هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya :

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Kemenag RI, Al-Qur'an dan Hadits, 16 : 125.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT sebanyak-banyaknya atas segala Rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan segala kekurangan saya. Terimakasih kepada Engkau yang telah memberikan jalan dan kekuatan serta yang telah menghadirkan orang-orang terbaik yang selalu memberi motivasi, memberi semangat dan doa kepada saya. Sesungguhnya karena-Mu lah tugas akhir dapat terselesaikan serta hanya kepada-Mu lah, saya bersyukur dan berdoa. Dengan rasa syukur dan doa, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Faruq dan Ibu Fitriyawati, yang telah mendidik saya sejak kecil sampai sekarang ini. Terimakasih atas doa, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti diberikan kepada saya. Terima kasih juga telah memberikan motivasi dan semangat dalam menata masa depan;
2. Untuk kakak saya almarhum Muhammad Lutfi dan adik saya Muhammad Aditia Pratama yang saya sayangi;
3. Untuk sahabat saya tersayang Ela Aprina, Dini Nofitasari, dan Sheila Nurika Febrianty yang telah memotivasi dan mendukung dalam mengerjakan skripsi ini;
4. Teman-teman seperjuangan khususnya Perbankan Syariah 2 2019 yang berjuang bersama dari semester awal hingga tugas akhir kuliah;
5. Almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tempat saya menuntut ilmu;

6. Untuk Keluarga besar Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember yang selalu memberi motivasi dan arahan beserta pengalaman yang seluas-luasnya tentang dunia perbankan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas segala kehendak dan kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tiada henti penulis panjatkan juga kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, suri tauladan atas segala aktivitas kehidupan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan terwujud secara baik tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari pihak lain. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Prof. Dr. H. HEPNI, S. Ag., M.M., CPEM.** selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember;
2. **Dr. H. Ubaidillah, M. Ag.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
3. **Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam;
4. **Ana Pratiwi, M.S.A** selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
5. **Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE., MM** selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya dalam membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik;
6. **Prof. Dr. Khamdan Rifa'I, S.E., M.Si., CHRA.** selaku Dosen Pembimbing Akademik;

7. Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmu kepada kami yang mudah-mudahan bermanfaat dan barokah;
8. Segenap Pimpinan dan Karyawan di PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember atas kesediaannya dan membantu kelancaran penelitian yang dilaksanakan oleh penulis;
9. Serta segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan doa dan dukungan dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi.

Besar harapan skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pihak-pihak yang memberikan bantuan kepada penulis terutama rekan-rekan Mahasiswa Perbankan Syariah.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT, penulis memohon agar selalu dalam lindungan dan hidayah-Nya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi masyarakat umumnya. Aamiin.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 30 November 2023

Sulva Ulin Nuha

ABSTRAK

Sulva Ulin Nuha, Hj. Nurul Setianingrum, 2023: “*Strategi Pemasaran Tabungan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Woori Saudara Indonesia Kantor Cabang Jember*”

Kata Kunci : strategi pemasaran, produk, tabungan, Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, dengan menggunakan rencana dan taktik tertentu agar jumlah penjualannya meningkat. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai serangkaian upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, karena kemungkinan menjual suatu penawaran terbatas pada jumlah orang yang mengetahuinya. Strategi pemasaran penting bagi setiap perusahaan terutama bagi para pemula. Tujuan dari strategi pemasaran adalah untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Strategi pemasaran bisa berguna dengan optimal jika didukung dengan perencanaan yang terstruktur dengan baik secara internal maupun eksternal. Strategi pemasaran yang sering kali diterapkan oleh perusahaan maupun perbankan adalah Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Sebagai salah satu lembaga keuangan yang ada di Indonesia, Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember memiliki juga memiliki strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember? 2) Apa saja hambatan serta solusi terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dalam meningkatkan jumlah nasabahnya?

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember. 2) Untuk mengetahui hambatan serta solusi terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis deskriptif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan triangulasi yaitu triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil dari penelitian tersebut adalah: 1) Strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dilakukan dengan bauran pemasaran 7P yaitu *product* (produk) beberapa produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Woori ialah Tabungan Cerdas, Tabungan Harian, dan Tabungan Pensiun, *place* (tempat) lokasi Bank Woori sangat strategi yakni terletak di pinggir jalan raya, *price* (harga) harga yang

ditawarkan cukup rendah daripada bank lain, *promotion* (promosi) Cara promosinya seperti bersosialisasi di sekolah, kantor ketenagakerjaan, dan pasar-pasar, *people* (orang) Karyawan Bank Woori menerapkan sikap ramah agar nasabah merasa puas, *process* (proses) Proses pembukaan rekening akan di bombing oleh *Customer Service* atau karyawan lainnya hingga selesai, dan *physical evidence* (bukti fisik) Bank Woori menyediakan alat fisik berupa ATM, Buku Tabungan, *Mobile Banking*, Kantor yang rapi, Banner, Brosur, dan alat fisik lainnya. 2) Hambatan strategi pemasaran yaitu kurangnya pengetahuan dari masyarakat tentang produk apa saja yang ditawarkan di bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember serta solusinya yakni Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember harus lebih meningkatkan sosialisasi agar masyarakat mengetahui produk Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah.....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kajian Teori	22
1. Strategi Pemasaran.....	23

2. Tujuan Pemasaran.....	25
3. Konsep Pemasaran.....	26
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	28
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Subjek Penelitian.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Analisis Data.....	40
F. Keabsahan Data.....	43
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	44
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	46
A. Gambaran Objek Penelitian	46
1. Sejarah Berdirinya Bank Woori Saudara Indonesia	46
2. Sejarah Berdirinya Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.....	47
3. Visi Misi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember	47
4. Struktur Organisasi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.....	48
5. Deskripsi Jabatan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember	49
6. Produk Tabungan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember	54
B. Penyajian Data Dan Analisis	60
1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Bank Woori Saudara Indonesia Kantor Cabang Jember.....	60

2. Hambatan dan solusi yang terjadi pada Strategi Pemasaran Produk Tabungan di Bank Woori Saudara Indonesia Kantor Cabang Jember .	82
C. Pembahasan Temuan.....	86
1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Bank Woori Saudara Indonesia Kantor Cabang Jember.....	86
2. Hambatan dan solusi yang terjadi pada Strategi Pemasaran Produk Tabungan di Bank Woori Saudara Indonesia Kantor Cabang Jember .	96
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
A. Matrik Penelitian	
B. Pernyataan Keaslian Tulisan	
C. Pedoman Penelitian	
D. Surat Keterangan Ijin Penelitian	
E. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
F. Jurnal Kegiatan	
G. Dokumentasi	
H. Surat selesai bimbingan	
I. Surat Plagiasi	
J. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No. Keterangan	Hal.
2.1 Penelitian Terdahulu	21
4.1 Struktur Organisasi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember	49



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No. Keterangan	Hal.
4.1 Struktur Organisasi	49



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi pemasaran merupakan salah satu penggerak serta hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan terutama bagi pemula.² Strategi pemasaran bertujuan untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Strategi pemasaran dapat bermanfaat secara optimal apabila didukung oleh perencanaan yang terstruktur dengan sempurna, baik secara internal maupun eksternal. Salah satu strategi pemasaran yang sering diterapkan oleh perusahaan maupun perbankan yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*). Oleh karena itu, faktor yang terdapat di dalam bauran pemasaran adalah variabel-variabel yang diharapkan dapat menciptakan kepuasan konsumen atau dengan kata lain variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk. Kepuasan pelanggan memiliki dampak langsung terhadap loyalitas pelanggan, sehingga usaha yang telah dibangun akan terus bertahan dan berkembang.³

Dalam proses pemasaran, terjadi suatu proses timbal balik dimana perusahaan menyajikan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan, sedangkan konsumen menyerahkan uangnya sebagai imbalan atas terpenuhinya kebutuhan secara cepat dan memuaskan. Dari sudut pandang pengusaha, proses

² Ngatno, *Manajemen Pemasaran* (Semarang: E.F Press Digimedia, 2018), 2.

³ Arif Fakhruddin dkk, *Bauran pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022), 5.

pemasaran adalah proses dimana pengusaha dapat mempengaruhi pendapatan agar keuntungan tersebut tertarik (terinformasi), senang, membeli, dan akhirnya puas terhadap produk yang dipasarkan.⁴

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk bertahan dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai dengan berusaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan/profitabilitas perusahaan, berusaha mencari dan mengembangkan pelanggan serta menguasai pasar. Tujuan tersebut hanya dapat tercapai jika bagian pemasaran perusahaan mempunyai strategi yang mantap dalam memanfaatkan peluang pasar sehingga posisi pasar perusahaan tetap terjaga dan sekaligus meningkat.⁵

Manajemen strategi pemasaran saat ini sangat diperlukan untuk menjaga strategi pemasaran tetap mutakhir dan mencari diferensiasi yang lebih menguntungkan. Dengan pemasaran ini, perusahaan atau bank mempunyai tujuan jangka panjang. Strategi pemasaran ini digunakan untuk melengkapi konsep pemasaran yang sudah ada. Namun, strategi pemasaran dapat dilihat dari berbagai sudut pandang yang berbeda, baik dari sudut pandang pemasaran dulu maupun sekarang.⁶

Saat ini, persaingan antar bank sangat ketat. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai strategi promosi penjualan yang unggul ketika memasarkan produknya. Promosi merupakan salah satu dari tujuh

⁴ Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPF, 2000), 56.

⁵ Philip Kotler dan Keller K Lane, *Manajemen Pemasaran*. (New Jersey, Prentice Hall, 2007), 15.

⁶ Philip Kotler & Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2012). 92.

jenis bauran pemasaran yang penting bagi bisnis seperti bank dalam memasarkan produknya. Selain sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan, promosi juga merupakan alat untuk menarik pelanggan agar membeli produk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya. Sebelum menentukan strategi promosi yang tepat, bank harus membagi promosi menjadi beberapa bagian terlebih dahulu.⁷

Oleh karena itu, bank harus menerapkan strategi pemasaran untuk merebut hati nasabah. Teknik yang digunakan adalah bauran pemasaran atau disebut juga *marketing mix*, yang meliputi suatu sistem penentuan produk, yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar sehingga memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan, strategi harga yaitu pintu masuk asosiasi pemasaran untuk mencapai tujuan promosinya, strategi lokasi atau penempatan yaitu penentuan lokasi dan distribusi yang merupakan poros penting, dan strategi promosi yaitu program metode komunikasi untuk menyampaikan fitur produk untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan pembangunan yang menguntungkan dalam jangka panjang.⁸ Agar suatu perusahaan berhasil dalam menerapkan strategi pemasarannya, maka harus mampu memberikan kepuasan pelanggan. Semakin banyak pelanggan menerima produk maka semakin puas pula mereka, dan dapat dikatakan bahwa strategi yang diterapkan cukup berhasil. Dengan keberhasilan strategi tersebut, maka perusahaan mempunyai peluang untuk meningkatkan pengembangan bisnis.

⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung : Alfabet, 2007), 130.

⁸ Philip Kotler & Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2012), 62.

Salah satu lembaga keuangan yang terdapat di Indonesia adalah Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Bank Woori Saudara merupakan bank hasil penggabungan dari Bank Woori Indonesia yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Woori Bank Korea yang merupakan salah satu bank terbesar di Korea Selatan dengan PT. Bank Himpunan Saudara 1906, Tbk yang merupakan Bank Swasta yang berdiri sejak tahun 1906.⁹ Salah satu produk perbankan yang diminati oleh nasabah maupun calon nasabah adalah produk menghimpun dana yaitu tabungan. Menabung adalah salah satu bentuk prinsip hidup hemat yang siapa saja bisa melakukannya, termasuk anak kecil. Hal ini merupakan kebiasaan baik yang perlu diterapkan dan dilestarikan di tengah masyarakat. Sebab, menabung adalah menjaga masa depan agar lebih tertata dan lebih baik ke depannya.

Selain menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga memberikan layanan perbankan kepada masyarakat, misalnya layanan pengiriman uang, layanan pembayaran (*bill payment*), layanan penampungan pembayaran tagihan (*collection*), layanan penitipan barang berharga (*safe deposit box*) dan lain-lain. Sebagian besar layanan ini menawarkan kemudahan kepada masyarakat melakukan transaksi keuangan sehingga bertransaksi keuangan antar masyarakat menjadi lebih cepat, efisien dan efektif.¹⁰

⁹ <https://www.bankwoorisaudara.com/profil>, diakses pada tanggal 12 Juli 2023.

¹⁰ Tirta Segara, *Buku 2 - Perbankan*, (Jakarta: Tim Penyusun, 2019), 26.

Bank Woori Saudara telah beroperasi di banyak daerah, tepatnya di Jawa Timur, salah satunya yaitu Bank Woori Saudara Indonesia Kantor Cabang Jember. Di Bank Woori Saudara Jember terdapat produk tabungan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi nasabahnya. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dituntut agar mampu bersaing dengan bank pesaing lainnya yang lebih dulu berkecimpung di dunia perbankan. Untuk itu, diperlukan strategi pasar yang baik, agar bisa melawan bank pesaing lainnya.

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember menjual produknya ke nasabah dengan cara membagi pasar menjadi beberapa jenis sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Pembagian pasar akan memudahkan dalam menentukan nasabah atau konsumen sasarannya. Produk tabungan dengan nasabah terbanyak yang dipasarkan oleh Bank Woori Saudara Jember yaitu Tabungan Cerdas dan Tabungan Pensiunan. Tabungan Cerdas biasanya ditujukan untuk kalangan pelajar dan sekolah-sekolah, sedangkan tabungan pensiunan ditujukan kepada pegawai yang gaji bulannya tetap, seperti PNS, TNI, POLRI, dan sebagainya. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dan mempelajari tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember sehingga mengangkatnya pokok permasalahan dalam penelitiannya yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BANK WOORI SAUDARA KANTOR CABANG JEMBER.”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka dalam penelitian ini terdapat beberapa fokus penelitian :

1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember?
2. Apa saja hambatan dan solusi dalam melakukan strategi pemasaran di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.
2. Untuk mengetahui hambatan dan solusi dalam melakukan strategi pemasaran di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini mencakup kontribusi yang diberikan setelah penelitian selesai. Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan tentang strategi pemasaran yang diterapkan pada produk tabungan perbankan, khususnya strategi pemasaran produk tabungan untuk meningkatkan jumlah nasabah Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dari latihan menulis karya tulis ilmiah bagi penulis dan memperoleh ilmu pengetahuan guna memperoleh gelar sarjana di jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah.

b. Bagi Lembaga UIN KHAS Jember

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam menambah kualitas mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam kegiatan pemasaran, khususnya pada strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

c. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi baru dan menjadi referensi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama.

E. Definisi Istilah

Definisi Istilah digunakan untuk menghindari perbedaan makna terhadap istilah yang digunakan dalam kajian ini, sehingga maknanya jelas. Definisi istilah dalam hal ini adalah sebagai berikut.

1. Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia*, yang berarti seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini terkait dengan situasi zaman dahulu yang sering kali diwarnai dengan peperangan, dan dibutuhkan seorang jenderal dibutuhkan untuk memimpin pasukan agar dapat memenangkan perang. Strategi juga dapat diartikan sebagai suatu rencana untuk pendistribusian dan pengerahan kekuatan militer dan material militer pada wilayah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman kekuatan dan lokasi musuh, karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap masyarakat yang menduduki wilayah tertentu, dan antisipasi terhadap setiap perubahan.¹¹

2. Pemasaran

Pemasaran dalam konteks tradisional berasal dari kata pasar yang artinya “tempat orang membeli dan menjual”. Pemasaran yaitu usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan akan produk tabungan.¹² Pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.¹³ Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial mempertimbangkan

¹¹ Onny Fitriana, Novelia Utami, *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017), 4.

¹² Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 53.

¹³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), 5.

bagaimana mencapai tanggapan yang diinginkan dari pihak lain. Itulah sebabnya, kita memandang manajemen pemasaran (*Marketing Management*) sebagai seni dan ilmu untuk menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Inti dari pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan suatu perusahaan adalah memberikan nilai pelanggan guna menghasilkan keuntungan (*profit*). Penciptaan dan penyampaian nilai dapat mencakup fase pemilihan nilai, menyediakan nilai, dan mengkomunikasikan nilai.¹⁴

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui masuknya pasar dan program yang melayani pasar sasaran. Dalam konteks penelitian ini,

strategi pemasaran bank adalah merancang, menciptakan, dan menukarkan produk tabungan yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan nasabah.¹⁵

4. Jumlah Nasabah

Jumlah nasabah adalah jumlah pihak yang memanfaatkan atau menggunakan jasa perbankan, termasuk yang tidak memiliki rekening tetapi menggunakan jasa perbankan untuk pengiriman uang. Nasabah

¹⁴ Muhammad Yusuf Saleh, Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV. Sah Media, 2019), 1-2.

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 1997), 6.

adalah seseorang yang menjadi pelanggan di suatu bank atau asuransi.¹⁶

5. Produk Tabungan

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada suatu pasar untuk diketahui, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan.¹⁷ Salah satu produk perbankan adalah tabungan. Ketentuan penarikan tertentu harus sesuai dengan kesepakatan antara bank dan nasabah. Cara mencairkan tabungan ada beberapa cara, tergantung bank masing-masing mau menggunakan sarana yang mereka inginkan. Alat-alat ini digunakan secara terpisah atau bersamaan. Alat-alat yang dimaksud seperti buku tabungan, slip penarikan, kwitansi, dan kartu ATM.¹⁸

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan memuat uraian alur pembahasan, mulai dari bab pendahuluan hingga akhir. Pembahasan sistem yang dimaksud adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan definisi istilah.

BAB II Kajian Kepustakaan, yang meliputi penelitian terdahulu dan kajian teoritis.

¹⁶ Peraturan Pemerintah No. 7/7/PBI/2005.

¹⁷ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta:Gadjah Mada University Press, 2009), 92.

¹⁸ Ardiansyah Putra, Dwi Saraswati, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2014), 56.

BAB III Metode penelitian, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahapan penelitian.

BAB IV Penyajian dan Data Analisis, yang meliputi gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis data, pembahasan temuan.

BAB V Penutup yang memuat kesimpulan dan saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, penulis mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian memberikan gambaran mengenai penelitian yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Setelah melakukan langkah ini, maka dapat dilihat seberapa luas perspektif penelitian yang akan dilakukan.¹⁹

Untuk menghindari duplikasi penelitian, maka peneliti melakukan peninjauan terhadap kajian sebelumnya. Ini bukan pertama kali dilakukannya penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah, melainkan sudah ada beberapa penelitian terdahulu yang membahasnya, yaitu diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ismayanti pada tahun 2023 yang berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Mudharabah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Parepare*”. Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Parepare dalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian

¹⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember, IAIN Jember, 2019), 91.

menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Parepare dalam memasarkan Produk Tabungan Easy Mudharabah menggunakan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), yaitu *Product*, *Price*, *Promotion*, dan *Place*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan strategi pemasaran dan jenis penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.²⁰

2. Penelitian yang dilakukan oleh Syntia Nabila Eka Putri pada tahun 2022 yang berjudul “*Strategi pemasaran produk Tabungan Pada BUMNag Cupak Nan Usali*”. Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan yang dilakukan oleh BUMNag Cupak Nan Usali. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif Deskriptif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan BUMNag Cupak Nan Usali yaitu yang pertama, strategi produk dengan menawarkan keunggulan dan manfaat produk tabungan. Kedua, strategi harga dalam pembukaan tabungan sangat mudah dan terjangkau. Ketiga, strategi tempat BUMNag Cupak Nan Usali sangat strategis dekat dengan keramaian yaitu pasar Cupak sehingga mudah diketahui oleh masyarakat. Keempat, strategi

²⁰ Ismayanti, “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Mudharabah dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Parepare*” (Skripsi, IAIN Parepare, 2023).

pemasaran memberikan fasilitas tabungan yang dijemput dan diantarkan ke rumah nasabah tabungan. Kelima, strategi promosi yang dilakukan oleh BUMNag dengan menyebarkan informasi dari satu nasabah yaitu dengan melakukan promosi melalui mulut ke mulut lalu menawarkan pada pasangan, keluarga, dan teman nasabah melalui telepon atau langsung datang ke rumah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan strategi pemasaran dan jenis penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.²¹

3. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Lestari Ritonga pada tahun 2022 yang berjudul “*Strategi Pemasaran pembiayaan Murabahah PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua*”. Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pembiayaan murabahah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan murabahah yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yaitu menggunakan *marketing mix (product, price, place, promotion, people, process, dan Physical evidence)*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan

²¹ Syntia Nabila Eka Putri, “*Strategi pemasaran produk Tabungan Pada BUMNag Cupak Nan Usali*” (Skripsi, UIN Mahmud Yunus Batusangkar, 2022).

dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan tentang strategi pemasaran dan jenis penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan fokus masalah yang dibahas.²²

4. Penelitian yang dilakukan oleh Putra Astaman pada tahun 2022 yang berjudul “*Analisis Strategi Pemasaran produk Tabungan Simpedes dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Mallusetasi Kabupaten Barru*”. Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Mallusetasi Kabupaten Barru pada Produk Tabungan Simpedes. Metode penelitian ini menggunakan metode Analisis Deskriptif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan penelitian kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat strategi yang diterapkan PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Mallusetasi Kabupaten Barru sehubungan dengan perkembangan bisnis dan perubahan kondisi pasar yang terjadi berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal produk tabungan simpedes. Dari empat strategi tersebut (SO, WO, ST, WT) digunakan untuk diterapkan dalam pengembangan strategi yang dapat disarankan pada manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Mallusetasi Kabupaten Barru. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada

²² Sri Lestari Ritonga, “*Strategi Pemasaran pembiayaan Murabahah PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua*” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2022).

pembahasan strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian dan objek yang diteliti.²³

5. Penelitian yang dilakukan oleh Khasanah Mustika Syahputri dan Mustapa Kamal Rokan pada tahun 2022 yang berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Menghadapi Persaingan Antar Bank Syariah Pada Bank SUMUT KCP Syariah STABAT*”. Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah menghadapi persaingan antar bank syariah pada Bank SUMUT KCP Syariah STABAT. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi, yaitu penelitian pustaka dan penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan murabahah menghadapi persaingan antar bank syariah dengan konsep yang lebih tinggi yaitu tanpa uang muka di awal, dan juga penerapan bauran pemasaran yaitu strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, strategi promosi penjualan. Sebaiknya tidak melakukan pembayaran di muka dengan margin yang sesuai dengan kondisi pasar agar tidak membebani nasabah Pembiayaan Murabahah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada ruang lingkup penelitian dan

²³ Putra Astaman, “*Analisis Strategi Pemasaran produk Tabungan Simpedes dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Mallusetasi Kabupaten Barru*” (Skripsi, Universitas Bosowa, 2022).

jenis penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.²⁴

6. Penelitian yang dilakukan oleh Elvira Rahma pada tahun 2022 yang berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus KCP Masamba)*”. Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Masamba. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Masamba pada produk gadai emas yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4 unsur, yaitu produk, tempat, harga, dan promosi yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan strategi pemasaran dan jenis penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.²⁵

²⁴ Khasanah Mustika dan Mustapa Kamal, “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Menghadapi Persaingan Antar Bank Syariah Pada Bank SUMUT KCP Syariah STABAT,*” PRAJA Observer 2, no. 3 (Mei, 2022): 82-85.

²⁵ Elvira Rahma, “*Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus KCP Masamba)*” (Skripsi, IAIN Palopo, 2022).

7. Penelitian yang dilakukan oleh Defiyanti pada tahun 2022 yang berjudul "*Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan di Bank Muamalat KCP Palopo*". Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Palopo dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungannya. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara, dokumentasi, dan survey lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Muamalat KCP Palopo dalam memasarkan produk tabungan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari unsur 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan strategi pemasaran dan jenis penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.²⁶

8. Penelitian yang dilakukan oleh Al Ahyana pada tahun 2022 yang berjudul "*Strategi pemasaran Produk Tabungan Berkah di Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Airtiris Menurut Ekonomi Islam*". Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Airtiris menurut ekonomi islam pada Produk Tabungan

²⁶ Defiyanti, "*Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan di Bank Muamalat KCP Palopo*" (Skripsi, IAIN Palopo, 2022).

Berkah. Metode penelitian ini menggunakan metode total *sampling*. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, angket, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Airtiris dalam memasarkan produk tabungan berkah menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian dan objek yang diteliti.²⁷

9. Penelitian yang dilakukan oleh Melati Julia Roikhani pada tahun 2021 yang berjudul “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah pada Koperasi Usaha Bersama Tjarothon Thoyibah pada masa pandemi Covid-19 ditinjau menurut Ekonomi Islam*”. Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah pada Koperasi Usaha Bersama Tjarothon Thoyibah pada masa pandemic Covid-19 ditinjau menurut Ekonomi Islam. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada

²⁷ Al Ahyana, “*Strategi pemasaran Produk Tabungan Berkah di Bank Syariah Berkah Dana Fadhlillah Airtiris Menurut Ekonomi Islam*” (Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2022).

Koperasi Bersama Tijaratun Thoyibah menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P, yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan strategi pemasaran dan jenis penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.²⁸

10. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Yenti pada tahun 2021 yang berjudul “*Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang*”. Fokus dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang dalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang adalah menggunakan *marketing mix* yang terdiri dari 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan strategi pemasaran dan jenis penelitian. Sedangkan

²⁸ Melati Julia Roikhani, “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah pada Koperasi Usaha Bersama Tijaratun Thoyibah pada masa pandemi Covid-19 ditinjau menurut Ekonomi Islam*” (Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2021).

perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.²⁹

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Tahun	Perbedaan	Persamaan
1	Ismayanti	Terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas strategi pemasaran
2	Syntia Nabila Eka Putri	Terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas strategi pemasaran.
3	Sri Lestari Ritonga	Terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas strategi pemasaran.
4	Putra Astaman	Terletak pada metode penelitian dan objek yang diteliti.	Membahas Strategi pemasaran.
5	Khasanah Mustika Syahputri dan Mustapa Kamal Rokan	Terletak pada objek yang diteliti.	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan ruang lingkup penelitian.
6	Elvira Rahma	Terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas strategi pemasaran.
7	Defiyanti	Terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas strategi pemasaran.

²⁹ Fitri Yenti, "Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang" (Skripsi, IAIN Batusangkar, 2021).

8	Al Ahyana	Terletak pada metode penelitian dan objek yang diteliti.	Membahas tentang strategi pemasaran.
9	Melati Julia Roikhani	Terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas strategi pemasaran.
10	Fitri Yenti	Terletak pada objek yang diteliti dan fokus masalah yang dibahas.	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas strategi pemasaran.

Orisinalitas di atas menunjukkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis saat ini. Disisi lain, penelitian yang akan dilakukan penulis berkaitan dengan Strategi Pemasaran produk tabungan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

Dari seluruh uraian di atas terlihat bahwa persamaan pokok penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah terkait dengan Strategi Pemasaran produk tabungan dan keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan pokok penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah fokus upaya yang dilakukan. Inilah persamaan dan perbedaan pokok dari penelitian ini dengan penelitian lainnya.

B. Kajian Teori

Sub bab ini membahas tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori yang lebih luas dan mendalam memberikan wawasan yang lebih luas lagi bagi

penulis dalam mengkaji permasalahan yang akan dipecahkan tergantung dengan latar masalah dan tujuan penelitian.³⁰

1. Strategi Pemasaran

a. Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi berarti rencana tindakan yang matang untuk mencapai suatu tujuan tertentu.³¹ Strategi diartikan sebagai proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan organisasi, disertai penyusunan cara atau upaya agar tujuan tersebut bisa tercapai.³² Strategi adalah penetapan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut. Pada dasarnya, perusahaan menentukan strateginya dengan menyelaraskan kemampuan perusahaan dengan kemampuan industri. Strategi adalah proses mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, bersama dengan peluang dan ancaman lingkungan, serta menentukan strategi pemasaran produk yang menyelaraskan kemampuan perusahaan dengan peluang di lingkungan.³³

³⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember, IAIN Jember, 2019), 46.

³¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1376-1377.

³² H. Abd. Rahman Rahim & Enny Radjab, *Manajemen Strategi* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 4.

³³ Pandji Anogara, *Pengantar Bisnis Pengelolaan bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Renika, 2011), 357-358.

b. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai target serta tujuan perusahaan.³⁴ Pemasaran adalah serangkaian aktivitas bisnis yang menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, menciptakan nilai bagi konsumen, pelanggan mitra, dan masyarakat, dengan tujuan merancang, mengevaluasi mempromosikan, dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai target pasar dan tujuan.

c. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, misalnya produk tabungan, dengan menggunakan rencana dan taktik tertentu agar jumlah penjualannya meningkat.

Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai serangkaian upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, karena kemungkinan menjual suatu penawaran terbatas pada jumlah orang yang mengetahuinya.³⁵

Strategi pemasaran adalah rencana pemasaran yang lengkap dan

³⁴ Farida Yulianti, Lamsah, Periyadi, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 1.

³⁵ Marissa Grace, Ahmad Syarif, Heri Erlangga, Nurjaya, Denok Sunarsi, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 9.

terpadu yang memandu kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

2. Tujuan Pemasaran

Semua kegiatan bisnis atau komunitas memiliki maksud dan tujuan tertentu. Tujuan ini disesuaikan dengan keinginan manajemen sendiri. Penetapan sasaran unit bisnis diterapkan dengan pertimbangan masa depan. Menentukan upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan pemasaran dapat berupa sasaran jangka pendek atau jangka panjang. Dalam jangka pendek, hal ini biasanya hanya bersifat sementara dan dilaksanakan sebagai langkah menuju pencapaian tujuan jangka panjang.³⁶ Demikian pula, suatu perusahaan mempunyai kepentingan besar untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi pemasaran umumnya mempunyai empat tujuan pemasaran, yaitu:³⁷

- a. Maksimalkan konsumsi untuk menarik konsumen membeli produk yang ditawarkan secara berulang kali.
- b. Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai layanan apa yang pelanggan inginkan. Pelanggan yang puas adalah prioritas pemasaran berikutnya karena kepuasan itu berkomunikasi dengan pelanggan lain melalui ceritanya.
- c. Memaksimalkan pilihan (berbagai produk) dalam arti bank menawarkan produk perbankan yang berbeda kepada nasabah yang juga akan mempunyai pilihan yang berbeda.

³⁶ Sabar Napitupulu dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Atalya Rileni Sudeco, 2020), 1.

³⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 197.

- d. Memaksimalkan kualitas hidup dengan menyediakan variasi kenyamanan bagi pelanggan dan menciptakan iklim yang efisien.

3. Konsep Pemasaran

Kegiatan pemasaran di perusahaan perlu terorganisir dan terintegrasi dan diperlukan praktik manajemen pemasaran yang menekankan kepuasan pelanggan dan pertimbangan lingkungan. Ada lima konsep pemasaran yang dapat dipilih untuk melakukan kegiatan pemasaran, yaitu :³⁸

a. Konsep Produksi (*Production Concept*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang tersedia secara luas, memiliki banyak pilihan, dan harganya murah. Konsep ini menjadi acuan kebijakan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan ini berorientasi pada produksi untuk mencapai efisiensi tinggi, biaya rendah dan distribusi luas. Mereka berasumsi bahwa

konsumen terutama tertarik pada ketersediaan produk dan harga yang murah.³⁹

b. Konsep Produk (*Product Concept*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen memilih produk yang menawarkan kualitas, kinerja atau hal inovatif lainnya yang

³⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), 197-198.

³⁹ Ngatno, *Manajemen Pemasaran*, (Semarang: EP Press Digimedia, 2018), 20.

terbaik. Manajer fokus untuk membuat produk yang lebih baik dan terus memperbaikinya.⁴⁰

c. Konsep Penjualan (*Selling Concept*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk suatu perusahaan dalam jumlah banyak kecuali hal tersebut mempengaruhi promosi dan penjualan. Konsep penjualan merupakan pilihan produsen untuk memaksimalkan keuntungan. Keuntungan suatu perusahaan dapat diperoleh melalui volume penjualan yang besar, sehingga apabila suatu perusahaan ingin memperoleh keuntungan maka harus mampu menjual produk sebanyak-banyaknya.⁴¹

d. Konsep Pemasaran (*Marketing Concept*)

Konsep ini menyatakan bahwa tugas utama perusahaan adalah mengetahui kebutuhan, keinginan dan nilai pasar sasaran. Dan menyesuaikan operasi perusahaan sehingga dapat memenuhi permintaan pasarnya dengan lebih efisien dan efektif dibandingkan pesaingnya. Bisnis memperoleh keuntungan dari kepuasan konsumen, sehingga pemasaran dimulai dari kepuasan konsumen. Konsumen yang puas melakukan pembelian berulang dan terus melakukan peningkatan.⁴²

⁴⁰ Muhammad Yusuf Saleh, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar, CV Sah Media, 2019), 9.

⁴¹ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, (Pasuruan, CV Penerbit Qiara Media, 2019), 12.

⁴² Budi Rahayu, *Manajemen Pemasaran*, (Denpasar, 2017), 6.

e. Konsep Pemasaran Sosial (*Social Marketing Concept*)

Konsep ini menyatakan bahwa misi suatu organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasarannya serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efisien dan efektif dibandingkan pesaing, menjaga atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan konsumen..⁴³

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran memegang peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Unsur-unsur bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang dapat dikendalikan perusahaan untuk menjamin kepuasan konsumen..⁴⁴

Bauran Pemasaran (*Marketing mix*) meliputi kombinasi dari 4P (*product, price, promotion & place*). Dalam perkembangannya saat ini, 4P tersebut dirasa kurang cukup sehingga bertambah jumlahnya menjadi 7P. Dalam prakteknya, 7P ini dapat dimodifikasi misalnya dapat ditambah, dikurangi sehingga sesuai strategi pemasaran yang disusun untuk mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan. Modifikasi 4P terjadi meliputi 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*..⁴⁵

⁴³ Kotler dan Keller, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 58.

⁴⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 14.

⁴⁵ Fredi Rangkuti, *Spiritual Leadership in Business WAKE UP! "Khoirunnas Anfauhum Linnas"*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 171.

a. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, sedangkan dalam arti sempit, produk adalah sekumpulan ciri-ciri fisik yang saling berhubungan dalam bentuk yang dapat dikenali. Kualitas produk merupakan alat strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Hanya perusahaan dengan kualitas produk terbaik yang tumbuh dengan cepat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut mengungguli perusahaan lain.⁴⁶

b. *Price* (Harga)

Harga yaitu jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli produk dari sebuah perusahaan. Harga merupakan sejumlah uang (unit moneter) dan/atau aspek lainnya (non-moneter) yang memiliki kegunaan tertentu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk. Harga

merupakan satu-satunya faktor bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi organisasi. Kepuasan mengenai penetapan harga tidak mudah dilakukan. Di satu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan jangka yang pendek, tetapi di sisi lain akan sulit untuk menjangkau konsumen. Sedangkan harga yang rendah atau harga terjangkau meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga bisa

⁴⁶ Eka Hendrayani, *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, (Bandung, CV Media Sains Indonesia, 2020), 114.

menjadi ukuran kualitas di mana mereka berani menghubungkan produk berkualitas tinggi dengan harga tinggi juga. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk.⁴⁷

c. *Place* (Tempat)

Tempat atau lokasi kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mempercepat dan memperlancar penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen sedemikian rupa sehingga pemanfaatannya sesuai kebutuhan (jenis, jumlah, harga, lokasi dan bila diperlukan). Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, sehingga perusahaan pelaksana saluran distribusi harus menggunakan pertimbangan yang baik. Fungsi saluran distribusi, yaitu:⁴⁸

- 1) *Promotion*, yaitu pengembangan dan penyebaran informasi yang meyakinkan mengenai produk yang ditawarkan.
- 2) *Information*, yaitu pengumpulan informasi yang relevan tentang konsumen dan pesaing untuk merencanakan dan membantu komunikasi.
- 3) *Negotiation*, yaitu upaya menyepakati harga dan syarat-syarat lain yang memungkinkan terjadinya peralihan kepemilikan.
- 4) *Ordering*, yaitu distributor memesan barang perusahaan.

⁴⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 2001, 45.

⁴⁸ Philip Khotler Dan Kevin Lane Ketler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia, Indeks Kelompok,2009), 531-532.

- 5) *Payment*, yaitu pembeli membayar tagihan kepada penjual melalui bank atau lembaga keuangan lainnya.
- 6) *Tittle*, yaitu perpindahan kepemilikan barang dari suatu organisasi atau orang kepada suatu organisasi.
- 7) *Physical Possetion*, yaitu. pengangkutan dan penyimpanan barang dari bahan mentah hingga produk jadi dan akhirnya sampai ke konsumen akhir.
- 8) *Financing*, yaitu. permintaan dan pemanfaatan biaya pekerjaan saluran distribusi.
- 9) *Risk Taking*, yaitu. menanggung risiko yang berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran distribusi

Tempat dalam bisnis jasa yang dimaksudkan sebagai cara penyampaian jasa (*delivery system*) kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis. Kunci keberhasilan dalam penyampaian jasa yaitu: penyedia jasa, perantara, dan konsumen.⁴⁹

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan suatu kegiatan yang menyampaikan keunggulan suatu produk dan menarik pelanggan untuk membelinya. Kegiatan promosi merupakan bagian yang dipahami untuk menginformasikan dan mempengaruhi pasar produk perusahaan sehingga pelanggan

⁴⁹ Eka Hendrayani, *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, (Bandung, CV Media Sains Indonesia, 2020), 119.

dapat memperoleh informasi mengenai produk yang dihasilkan perusahaan. Tanpa promosi, nasabah tidak dapat mengenal bank tersebut. Oleh karena itu, promosi penjualan merupakan cara paling efektif untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah untuk menginformasikan tentang semua produk yang ditawarkan dan mencoba menarik calon nasabah baru. Adapun kegiatannya yaitu *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan perorangan), *sales promotion* (promosi penjualan) dan *publiscity* (publisitas).⁵⁰

e. *People* (Orang)

Masyarakat adalah semua aktor yang berperan dan menyajikan jasa sedemikian rupa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Dalam hal pemasaran jasa, kualitas jasa yang ditawarkan sangat dipengaruhi oleh orang-

orang yang berperan sebagai penyedia jasa. Sebab, setiap orang yang terlibat dalam produksi jasa dapat menjadi tanda nyata bagi konsumen. Selain itu, perusahaan dapat memperoleh sumber daya manusia yang berkualitas tinggi melalui penempatan staf yang ketat, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia yang baik. Perwakilan layanan pelanggan yang hebat dapat memberikan dukungan

⁵⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan, Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 246.

untuk menjaga kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelayanan mempunyai dampak yang besar bagi dunia usaha untuk menarik konsumen. Dalam mendefinisikan orang, beberapa indikator harus diperhatikan, seperti keramahan, kebersihan pakaian, ketepatan dan kecepatan pelayanan, bahasa yang digunakan dalam komunikasi..⁵¹

f. *Process* (Proses)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana saja dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Untuk perusahaan jasa kerjasama antara marketing dan oprasional sangat penting dalam proses ini terutama dalam melayani segala hal kebutuhan dan keinginan pelanggan secara cepat dan tepat. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menemukan proses ialah kemudahan transaksi, ketelitian transaksi..⁵²

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Sarana fisik merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Sarana fisik disini merupakan fasilitas-fasilitas pendukung untuk menambah nilai terhadap bank tersebut. Bukti fisik

⁵¹ Fandy Triptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), 6.

⁵² Rambat Lupyoadi, *Manajemen Pemasaran jasa*,(Salemba: Jakarta, 2008), 75.

berperan penting bagi penyedia jasa dalam membantu sosialisasi dan cara untuk mempengaruhi konsumen mengenai produk yang ditawarkan, kemudian berminat untuk melakukan pembelian. Lingkungan fisik membantu membentuk perasaan dan reaksi yang tepat antara pelanggan dan karyawan. Ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dan menentukan bukti fisik yaitu keamanan, kenyamanan, kerapian tata ruang, tempat parkir yang nyaman.⁵³



⁵³ Eka Hendrayani, *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, (Bandung, CV Media Sains Indonesia, 2020), 121.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menemukan kebenaran penelitian, yang diawali dengan suatu gagasan dengan membentuk rumusan masalah untuk menghasilkan hipotesis awal bagi penelitian yang akan dilakukan, sehingga akhirnya penelitian bisa diolah dan dianalisis yang akhirnya membentuk suatu kesimpulan.⁵⁴

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena tujuan penelitian adalah mendeskripsikan strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember. Data yang dihasilkan, disajikan dalam bentuk kata-kata yang digunakan orang untuk membicarakan fenomena yang diamati secara intensif, detail, dan rinci.

Sedangkan jenis penelitiannya adalah *field research*, di mana penelitian ini lebih fokus pada pengumpulan informasi dari informan yang telah ditentukan. Metode kualitatif digunakan untuk mengkaji dan mendeskripsikan fenomena di lapangan dalam bentuk kata dan bahasa dengan tujuan untuk memahaminya berdasarkan bukti dan fakta sosial yang ada.⁵⁵

Penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur yang menghasilkan data deskriptif tentang perilaku yang diamati dalam bentuk kata-kata. Alasan

⁵⁴ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: PENERBIT KBM INDONESIA, 2021), 1.

⁵⁵ Andi Ibrahim dkk, *Metodologi Penelitian* (Jakarta Pusat: Gunadarma Ilmu, 2018), 50.

penggunaan metode ini, secara langsung menyajikan sifat dari hubungan antara penulis dan informan, dan di sisi lain, lebih peka dan mudah beradaptasi dengan nilai-nilai yang dihadapi.⁵⁶

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dilakukannya penelitian. Adapun lokasi yang dijadikan penelitian adalah Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember yang beralamat di Jl. Gajah Mada No.165, Kaliwates Kidul, Kaliwates, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Alasan peneliti memilih lokasi penelitian di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember, adalah Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember merupakan salah satu bank umum yang terletak di Kota Jember, yakni terletak berdekatan dengan beberapa bank lainnya, seperti Bank Jatim Syariah dan Bank Danamon. Jadi, hal tersebut menjadi alasan peneliti untuk mengetahui upaya pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember diantara banyaknya bank pesaing tersebut yang juga menawarkan produk banknya sendiri.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah sumber informasi untuk mencari data guna mengungkap masalah penelitian atau yang biasa dikenal dengan istilah “informan” yaitu orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang keadaan dan kondisi lingkungan penelitian. Dalam penelitian ini,

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), 135.

peneliti dapat memperoleh data melalui, teknik *purposive*. Teknik *purposive* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁵⁷ Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang yang diharapkan peneliti atau sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti.⁵⁸ Peneliti dapat memperoleh data dengan mewawancarai informan yang terdiri dari:

1. Chairul Arief selaku Kepala Operasional
2. Sri Yeni Afriyanti Dewi selaku *Staff Marketing Funding*
3. Yulia Rafelia Saputri selaku *Staff Customer Relation*
4. Aris Yuniardi Susanto selaku *Staff SDM umum*
5. Kusmini Mujiwati selaku Nasabah Tabungan Cerdas
6. Vinda Charisma Welbianti selaku Nasabah Tabungan Cerdas
7. Istifaijah selaku Nasabah Tabungan Harian

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah awal dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh informasi. Tanpa memahami teknik pengumpulan data, peneliti tidak dapat memperoleh informasi yang relevan.⁵⁹ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵⁷ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021), 137.

⁵⁸ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group, 2020), 364.

⁵⁹ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021), 142.

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung terhadap kegiatan suatu objek tanpa perantara untuk mengamati secara dekat kegiatan yang dilakukan oleh objek tertentu.⁶⁰ Observasi dilakukan di tempat penelitian. Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian melalui observasi dan penginderaan. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap obyek penelitian dengan sistematika gejala-gejala yang sedikit. Artinya, peneliti mengamati fenomena-fenomena yang berkaitan dengan permasalahan yang timbul dalam pemasaran produk tabungan, serta mengamati berbagai aktivitas yang terjadi di lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penulis tertarik pada perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam dan bila jumlah responden yang diamati tidak terlalu banyak. Observasi ini dimaksudkan guna memberikan gambaran yang utuh mengenai Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

2. Wawancara

Wawancara adalah diskusi, tanya jawab antara dua orang atau lebih mengenai suatu topik yang disampaikan oleh peneliti. Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi antara dua orang yang di dalamnya terlibat seseorang yang ingin memperoleh informasi dari orang lain

⁶⁰ Andhi Kusumastuti, Metode Penelitian Kualitatif , (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo), 122.

melalui pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.⁶¹ Teknik ini sangat diperlukan untuk mengungkapkan bagian terdalam (tersembunyi) yang tidak dapat terungkap lewat angket. Dengan menggunakan wawancara peneliti akan mendapatkan informasi yang mendalam. Adapun yang menjadi topik dalam wawancara dengan karyawan pada Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember berhubungan dengan strategi pemasaran produk tabungan dalam peningkatan jumlah nasabah. Jenis daftar wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan cara wawancara terbuka karena pertanyaan-pertanyaan yang tidak dibatasi atau tidak terikat dengan jawabannya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan informasi dari dokumen-dokumen yang ada atau dokumen-dokumen rekaman, baik berupa buku, arsip fotografi atau yang lainnya. Dokumentasi merupakan sumber informasi yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik yang berupa sumber tertulis seperti buku, jurnal, dokumen bergambar (foto). Metode pengumpulan data lainnya selain observasi dan wawancara adalah dokumentasi⁶². Dokumentasi dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat pengumpulan data yang berbentuk tulisan dan data-data di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

⁶¹ Sirajuddin Saleh, Analisis Data Kualitatif, (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017), 54.

⁶² Sirajuddin Saleh, Analisis Data Kualitatif, (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017), 61.

E. Analisis Data

Teknik analisis data terjadi bersamaan dengan pengumpulan data. Analisis data adalah proses pengumpulan dan rangkuman informasi secara sistematis dari wawancara, observasi, dokumentasi dan lain-lain dengan cara mengelompokkan, memilih dan menarik kesimpulan sedemikian rupa sehingga mudah dipahami oleh orang lain dan diri sendiri.⁶³

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data kualitatif deskriptif yaitu cara analisis yang cenderung menggunakan kata-kata atau narasi untuk menjelaskan fenomena atau data yang diperoleh.⁶⁴ Metode analisis data deskriptif dapat dilakukan melalui tiga tahap yaitu :

1. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah awal dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh informasi. Tanpa memahami teknik pengumpulan data, penulis tidak dapat memperoleh informasi yang relevan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain wawancara, observasi, dokumentasi, dll. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan informasi terkait dengan strategi pemasaran produk tabungan pada Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember yaitu:

⁶³ Ujang Suparman, *Bagaimana Menganalisis Data Kualitatif*, (Bandarlampung: Pusaka Media, 2020), 1.

⁶⁴ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021), 31.

- a. Mengenai profil di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.
- b. Mengenai situasi dan kondisi di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

2. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, untuk itu perlu didokumentasikan dengan hati-hati dan terperinci.⁶⁵ Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Oleh karena itu, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih lengkap, jelas, dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data. Dari hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti kemudian dikelompokkan bagian yang relevan dengan strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember, yaitu :

- a. Sejarah Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember;
- b. Visi misi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember;
- c. Struktur Organisasi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember;
- d. Dokumen lain yang mendukung dan berkaitan dengan penelitian.

3. Penyajian data

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah penyajian Data. Dalam penelitian ini, penyajian data berupa uraian singkat atau narasi, diagram hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), 247.

Dengan menampilkan data, akan lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan pekerjaan selanjutnya terhadap apa yang telah dipahami. Dengan melakukan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Kemudian setelah dilakukannya reduksi data, maka data yang relevan dengan judul penelitian disajikan dalam bentuk penyajian data, baik berupa grafik, matrik, dan jejaring kerja yang sesuai dengan strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

- a. Mengenai strategi pemasaran produk tabungan dalam peningkatan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.
- b. Mengenai hambatan dan solusi yang dihadapi dalam melakukan strategi pemasaran produk tabungan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

4. Verifikasi

Kesimpulan penelitian kualitatif adalah menemukan sesuatu yang baru yang belum pernah ada sebelumnya. hasilnya berupa gambaran atau deskripsi suatu objek, objek yang sebelumnya redup menjadi lebih jelas setelah diteliti, dapat berupa relasi hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Dalam penarikan kesimpulan, peneliti membandingkan dengan kajian teori yang ada, apakah sudah sesuai atau tidak sesuai dengan teori yang ada tentang strategi pemasaran produk

tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.⁶⁶

F. Keabsahan Data

Dalam sebuah penelitian perlu dikemukakan rencana uji keabsahan data yang akan dilakukan.⁶⁷ Uji keabsahan data ini meliputi kredibilitas data, dimana uji kredibilitas data ini dilakukan dengan cara perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, diskusi, analisis kasus, triangulasi, dan *membercheck*. Dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara, dan berbagai waktu. Triangulasi dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu :

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Dalam teknik triangulasi ini peneliti

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 247.

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 241-242.

menggunakan teknik triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif, hal tersebut dapat dicapai dengan:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan pribadi.
- c. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

G. Tahap-tahap Penelitian

Adapun tahap-tahap penelitian adalah sebagai berikut :

1. Tahap sebelum lapangan

Tahap sebelum lapangan merupakan tahapan yang penulis lakukan sebelum melakukan penelitian di lapangan atau di lokasi dilakukannya penelitian. Dengan kata lain, tahap ini adalah tahap dimana penulis perlu menentukan topik untuk menarik kesimpulan penelitian, menentukan fokus penelitian, dan sebagainya.

2. Tahap kegiatan lapangan

Tahap kegiatan lapangan yaitu tahap dimana penulis terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mencari dan memperoleh informasi yang diperlukan untuk penelitian. Misalnya mewawancarai narasumber, melakukan observasi dan pendokumentasian.

3. Tahap analisis data

Tahap analisis data merupakan tahap dimana penulis menganalisis data yang diperoleh dan mendeskripsikan hasil penelitian apabila informasi yang diperoleh dari hasil penelitian telah dikumpulkan dan dianggap cukup.

4. Tahap penulisan laporan

Tahap penulisan laporan merupakan tahap akhir setelah penulis mengumpulkan dan menganalisis seluruh bahan penelitian dan berkonsultasi dengan pembimbing. Dan langkah selanjutnya adalah menyusun laporan sesuai dengan pedoman penulisan laporan yang berlaku saat ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah berdirinya Bank Woori Saudara Indonesia

PT. Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk didirikan pada tahun 1906 dengan nama awal Himpoenan Saudara sebagai cikal bakal PT Bank Himpunan Saudara 1906, Tbk. Perkumpulan Himpoenan Saudara secara resmi mendapatkan izin untuk melakukan kegiatan usaha sebagai Bank Tabungan pada tahun 1955, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.249.542/U.M II tertanggal 11 November 1955. Selanjutnya pada tahun 1974 dilakukan perubahan bentuk hukum menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Bank Tabungan HS 1906 berdasarkan akta pendirian No. 30 tertanggal 15 Juni 1974.

Pada tahun 2014 Bank menjalin kerja sama strategis dengan Woori Bank Korea. Kerja sama tersebut ditandai dengan masuknya Woori Bank Korea dan PT Bank Woori Indonesia (anak perusahaan dari Woori Bank Korea di Indonesia) sebagai pemegang saham bank. Perubahan susunan pemegang saham tersebut dilakukan melalui proses pengalihan saham milik Ir. Arifin Panigoro dan PT Medco Intidynamika kepada Woori Bank Korea dan PT. Bank Woori Indonesia, sebagaimana tercantum dalam Akta No. 66 tertanggal 28 Januari 2014. Per tanggal 31 Desember 2020, Bank Woori Saudara

memiliki 1.455 karyawan yang siap melayani nasabah di 153 Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas Bank Woori Saudara yang tersebar di 4 Pulau di Indonesia Sumatera, Jawa, Bali, dan Sulawesi.⁶⁸

2. Sejarah berdirinya Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

Awal berdirinya PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember pada bulan Oktober tahun 2016 terletak di Ruko Gajah Mada Square, Jl. Gajah Mada No. 301, Kaliwates Kidul, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Dengan jumlah karyawan 15 pegawai. PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mendirikan bank di Ruko Gajah Mada karena alasan pertama letaknya yang strategis menurut analisa. Analisa yang pertama di Jl. Gajah Mada merupakan jalan utama/jalan provinsi, yang kedua dekat dengan Bank Indonesia atau general bank. Tidak hanya dari letaknya, tetapi analisa Bank Woori Saudara mendirikan di kota Jember, yaitu dilihat dari mayoritas penghasilan masyarakatnya, misal banyak pegawai PNS, TNI/POIRI.⁶⁹

3. Visi misi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

Visi dan misi yang dimiliki Bank Woori Saudara adalah sebagai berikut:

⁶⁸ <https://www.bankwoorisaudara.com/profil>, diakses pada tanggal 12 Juli 2023.

⁶⁹ Chairul Arief, di wawancara penulis, Jember, 16 Juli 2023.

a. Visi

“Menjadi TOP-15 Bank di Indonesia yang mengedepankan keselarasan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup.”

b. Misi

- 1) Diversifikasi portofolio bisnis termasuk penyediaan pembiayaan bisnis berkelanjutan
- 2) Mendukung program pembangunan nasional untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia
- 3) Memperkuat struktur organisasi dan pengembangan kapasitas Internal

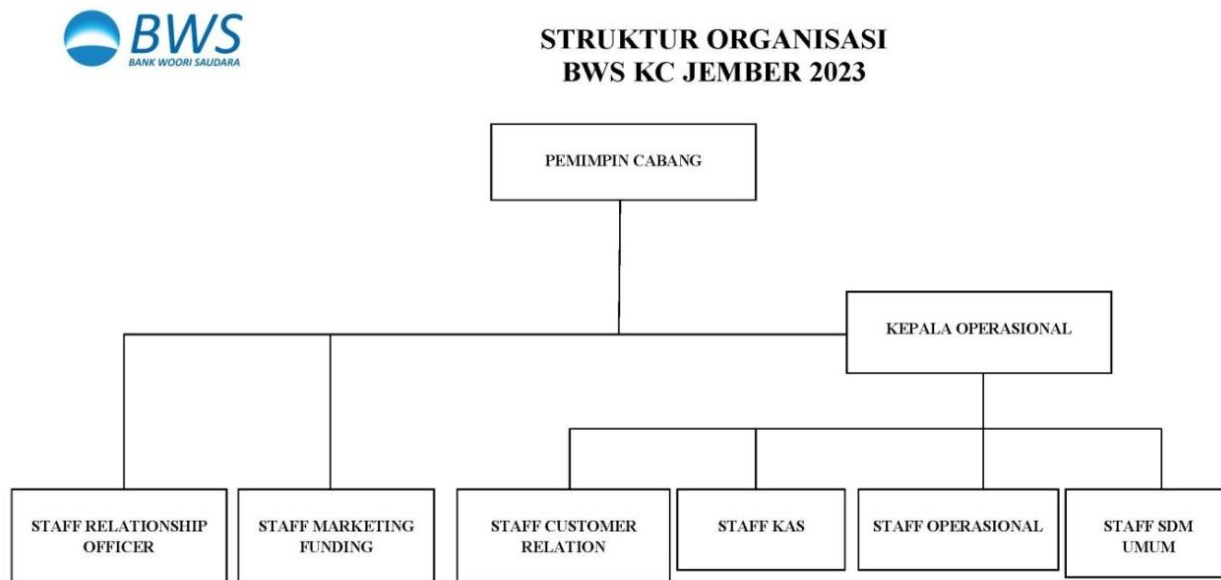
4. Struktur Organisasi Bank Woori Saudara Indonesia Kantor

Cabang Jember

Struktur organisasi adalah suatu badan yang menggambarkan jabatan-jabatan dari yang tertinggi sampai yang terendah. Dalam struktur organisasi perusahaan itu sendiri, tugas-tugas harus didistribusikan sedemikian rupa sehingga karyawan dapat melakukan pekerjaan sesuai bidangnya. Struktur organisasi menjadi penegas antara wewenang, tanggung jawab dan akuntabilitas sehingga dapat membantu mencapai tujuan perusahaan.

Adapun struktur organisasi pada PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Tabel 4.1
Keterangan Struktur Organisasi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

Jabatan	Nama
Pemimpin Cabang	Ketut Suriantara (0409-0924)
Kepala Operasional	Chairul Arief (0711-1131)
Staff Operasional	Ahmad Subayri (0416-2835)
Staff SDM Umum	Aris Yuniardi Susanto (0516-2848)
Staff Kas	Santi Dwi Puspita (0622-4060)
Staff Customer Relation	Yulia Rafelia Saputri (0416-2838)
Staff Marketing Funding	Sri Yeni Afriyani Dewi (0920-3667)
Staff Relationship Officer	a. Rhekzy Maulana Putra Riono (0119-3287) b. Ardiansyah Trisnanto (1020-3678) c. Ayu Aulia Aftukha (0322-

Sumber: Wawancara dengan Bapak Aris Yuniardi Susanto

5. Deskripsi Jabatan

a. Pemimpin Cabang

Fungsi pimpinan cabang adalah memastikan pertumbuhan bisnis di Kantor Cabang selaras dengan visi pertumbuhan Bank

Woori Saudara Kantor Cabang Jember. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut, pemimpin cabang mempunyai tugas sebagai berikut:

- 1) Memimpin kegiatan penyusunan strategi dan rencana kerja terkait dengan pertumbuhan bisnis Kantor Cabang;
- 2) Memimpin kegiatan penyusunan program peningkatan jumlah nasabah baru dan peningkatan revenue Cabang;
- 3) Melakukan koordinasi dalam kegiatan perencanaan pengembangan jaringan operasional Kantor Cabang;
- 4) Memastikan kegiatan operasional Kantor Cabang berjalan efisien dan efektif serta sesuai dengan peraturan dari Undang-Undang yang berlaku;
- 5) Memastikan kegiatan layanan Kantor Cabang telah memenuhi standar layanan;
- 6) Memastikan kinerja bisnis dan operasional Kantor Cabang, kantor-kantor Cabang Pembantu/Rumah Saudara dan kantor-kantor kas;
- 7) Memberikan rekomendasi bagi penerimaan, penilaian prestasi kerja, promosi, rekomendasi gaji, pemindahan (mutasi) dan pemberhentian karyawan.

b. Kepala Operasional

Fungsi kepala bagian operasional adalah memastikan proses operasional sesuai dengan prosedur, akurat dan tepat waktu

di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut kepala bagian mempunyai tugas sebagai berikut:

- 1) Memimpin kegiatan penyusunan strategi dan rencana kerja dibagian operasional.
- 2) Memastikan transaksi dan kegiatan bagian operasional sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan.
- 3) Memastikan tercapainya *Service Level Agreement* (SLA) di bagian operasional.
- 4) Memastikan pelaksanaan posting data transaksi harian yang berhubungan dengan unit kerja lainnya.
- 5) Memastikan saldo rekening penampungan yang berhubungan dengan transaksi operasional.
- 6) Memeriksa laporan Bank Umum Operasional
- 7) Memeriksa laporan bulanan yang terdiri dari: Bunga akan diterima, daftar tunggakan, perkembangan debitur, laporan hapus buku/hapus tagih, kelongaran tarik.
- 8) Mempimpin proses pembuatan dan pengelolaan file, surat menyurat, laporan rutin dan incidental serta pembukuan dengan baik dan benar sesuai dengan system dan prosedur yang berlaku.

c. *Staff* SDM Umum

Fungsi *staff* SDM umum adalah memastikan terselenggaranya seluruh kegiatan bidang SDM di Kantor Cabang beserta kantor yang berada di bawahnya. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut *staff* SDM umum mempunyai tugas sebagai berikut:

- 1) Memastikan proses pelaksanaan administrasi remunerasi di Kantor Cabang (gaji, uang makan, uang transportasi, uang lembur, tunjangan Kesehatan, uang muka biaya personalita, biaya perjalanan dinas, jamsostek, DPLK) berjalan tepat waktu dan sesuai dengan aturan yang berlaku.
- 2) Memonitor proses absensi, tata tertib, disiplin kerja, dan pelaksanaan peraturan perusahaan lainnya.
- 3) Memastikan terlaksananya program orientasi karyawan baru di Kantor Cabang (*on the job training, debriefing, classical orientasi*).
- 4) Memfasilitasi penyusunan rencana kerja/goal setting di Kantor Cabang.
- 5) Memfasilitasi terselenggaranya proses penilaian kinerja di Kantor Cabang sesuai dengan rencana kerja yang telah ditetapkan.
- 6) Bertanggung jawab atas proses sirkulasi penilaian evaluasi karyawan (pengangkatan karyawan tetap dan pejabat sementara di Kantor Cabang dan kantor di bawahnya).

- 7) Menangani dan menjaga hubungan dengan seluruh karyawan dalam rangka mewujudkan hubungan industrial yang baik dan bertanggung jawab.

d. Staff Customer Relation

Fungsi *staff customer relation* adalah melaksanakan operasional pelayanan terhadap nasabah dapat berjalan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut staff customer relation mempunyai tugas sebagai berikut:

- 1) Memberikan pelayanan informasi pemasaran produk bank
- 2) Melakukan pelayanan pembukaan dan penutupan rekening nasabah
- 3) Mencetak laporan monitoring transaksi/laporan melebihi limit
- 4) Melakukan analisa atas transaksi nasabah yang melebihi limit atas kewajaran transaksi tersebut.
- 5) Melakukan input data CIF dan daftar hitam nasabah dari Bank Indonesia.

- 6) Memproses perubahan data customer atas permintaan customer
- 7) Menangani dan melayani pertanyaan dan complain nasabah.

e. Staff Marketing Funding

Fungsi *staff marketing funding* adalah melaksanakan upaya-upaya penghimpunan dana pihak ketiga untuk mencapai target perolehan dana telah dilaksanakan sesuai dengan pertumbuhan

bisnis. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut staff marketing funding mempunyai tugas sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan rencana/*strategi marketing* yang efektif dalam rangka promosi dan pengenalan produk-produk funding.
- 2) Melaksanakan kegiatan *marketing funding* sesuai dengan standar layanan.
- 3) Melaksanakan *checking* terhadap kelengkapan administrasi dokumen dan persyaratan pembukuan rekening baik deposito, tabungan, maupun rekening giro.
- 4) Menyusun laporan *funding* harian dan laporan fusing bulanan.
- 5) Memberikan usulan perbaikan terhadap program *marketing/promosi* yang sedang dilakukan di Kantor Cabang.
- 6) Melaksanakan kegiatan tindak lanjut setiap temuan auditor/pemeriksa BI.
- 7) Melaksanakan prinsip-prinsip KYC dan anti pencucian uang

telah dijalankan dengan baik dalam setiap upayanya mencapai target perolehan dana.

6. Produk Bank Woori Saudara Indonesia Kantor Cabang Jember

a. Produk Simpanan

- 1) Tabungan, merupakan simpanan pada bank yang penarikannya sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh bank. Penarikan tabungan dilakukan menggunakan buku tabungan, slip penarikan, kuitansi, atau kartu ATM (Anjungan Tunai

Mandiri/*Automatic Teller Machine*). Pemegang rekening tabungan akan diberikan bunga tabungan yang merupakan jasa atas tabungannya. Dalam praktiknya, bunga dari simpanan tabungan akan lebih besar dari bunga simpanan giro. Pada Bank Woori Saudara Indonesia Kantor Cabang Jember terdapat beberapa jenis simpanan untuk nasabahnya, antara lain :

- a) Tabungan Harian, merupakan produk tabungan umum bank yang dikhususkan untuk debitur KUPEG dengan biaya administrasi ringan dan fasilitas ATM bersama;
- b) Tabungan Pensiunan, merupakan produk tabungan bank yang dikhususkan untuk nasabah pensiunan dengan fasilitas bebas setoran awal, bebas biaya administrasi bulanan, dan bebas biaya penutupan rekening;
- c) Tabungan Cerdas, merupakan produk tabungan bank yang diberikan kepada perorangan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara digital. Tabungan ini tidak menggunakan buku tabungan akan tetapi menggunakan *Mobile Banking*. Kelebihan tabungan ini juga tanpa setoran awal dan bebas biaya administrasi.
- d) TASKA (Tabungan Woori Saudara Berjangka), merupakan simpanan dari pihak ketiga yang penarikannya baru dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu dan selama jangka waktu tersebut nasabah diwajibkan untuk melakukan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

penyetoran angsuran setiap bulannya dengan nilai sebesar yang telah ditentukan diawal sesuai perjanjian.

2) Deposito Berjangka, merupakan simpanan dari pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara pihak ketiga dengan bank. Jangka waktu tersebut dapat diperpanjang secara otomatis (*automatic rolled over*) dimana hal tersebut diatur menurut perjanjian antara pihak ketiga dengan pihak bank pada saat penempatan simpanan.

3) Giro, merupakan simpanan dari pihak ketiga, pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, surat perintah penarikan lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

b. Produk Kredit

1) Kredit Modal Kerja Usaha Kecil dan Mikro

Fasilitas Kredit yang diberikan untuk masyarakat yang memiliki usaha mikro hingga kecil, dimana angsuran kredit didasarkan pada penghasilan usaha yang dimiliki dan akan dilakukan pemantauan dan maintenance untuk bisa melihat peluang pinjaman bagi nasabah.

2) Kredit Pegawai (KUPEG)

KUPEG (Kredit Pegawai) ini digunakan untuk berbagai keperluan (multi guna) yang sifatnya primer maupun sekunder.

Dengan pelayanan dan proses pencairan kredit yang cepat dan jangka waktu pengembalian yang disesuaikan dengan kemampuan anda.

3) Kredit Pensiun Saudara (KUPEN Saudara)

KUPEN (Kredit Pensiunan) merupakan pinjaman yang diberikan Bank Woori Saudara kepada pensiunan, Melalui KUPEN anda bisa mendapatkan fasilitas kredit, baik untuk keperluan konsumtif atau untuk modal berwirausaha. Dengan pelayanan dan proses pencairan kredit yang cepat dan jangka waktu pengembalian yang disesuaikan dengan kemampuan anda.

4) Kredit Pekerja (KUJA)

KUJA (Kredit Pekerja) Pembiayaan kredit ini umumnya untuk pengguna konsumtif (*short term facility*).

5) KUPEN *Hybrid*

KUPEN *Hybrid* merupakan pinjaman yang diberikan Bank Woori Saudara kepada calon pensiunan. Melalui KUPEN *Hybrid* anda bisa mendapatkan fasilitas kredit, baik untuk keperluan konsumtif atau untuk modal berwirausaha. Dengan pelayanan dan proses pencairan kredit yang cepat dan jangka waktu pengembalian yang disesuaikan dengan kemampuan anda.

6) Kredit Tunjangan Hari Tua

Kredit THT (Tunjangan Hari Tua) merupakan pinjaman yang diberikan Bank Saudara kepada pensiunan yang memiliki tunjangan hari tua. Melalui Kredit THT anda bisa mendapatkan fasilitas kredit, baik untuk keperluan konsumtif atau untuk modal berwirausaha. Dengan pelayanan dan proses pencairan kredit yang cepat dan jangka waktu pengembalian yang disesuaikan dengan kemampuan anda.

c. Layanan lainnya

1) Transfer/Inkaso/Kliring

Transfer/inkaso/kliring merupakan jasa yang ditawarkan kepada nasabah dalam bentuk pemindahan dana dari satu rekening ke rekening lain, baik dengan bank yang sama maupun antar bank berbeda

2) ATM Saudara (Member ATM Bersama)

ATM (Anjungan Tunai Mandiri), fasilitas yang diberikan kepada nasabah untuk dapat digunakan melakukan transaksi tunai maupun non tunai. Dengan menggunakan alat yang sudah disiapkan.

3) Pembayaran Telepon Telkom

Layanan ini diberikan untuk nasabah untuk melayani pembayaran tagihan telepon rumah bulanan dengan mendatangi Bank.

4) *Mediasi Perbankan*

Fasilitas yang diberikan guna memberikan tempat untuk masalah sengketa antara nasabah dengan Bank.

5) *Bancassurance*

Bancassurance adalah kerjasama bank dan perusahaan asuransi dalam memasarkan produk asuransi atau gabungan produk asuransi dan bank, kepada nasabah bank.

6) *Western Union*

Layanan yang diberikan untuk nasabah dalam mengirim atau menerima kiriman uang ke atau/dari seluruh dunia, secara *real time online*.

7) *International Banking*

Internasional Banking adalah layanan perbankan untuk melakukan transaksi ke seluruh dunia.

8) *Jasa Kustodian*

Fasilitas jasa yang digunakan untuk menyimpan surat – surat berharga milik nasabah.

9) *Woori Saudara Call*

Woori Saudara Call adalah kemudahan akses layanan yang diberikan perbankan selama 24 jam dari Bank Woori Saudara yang dapat diakses melalui telepon atau telepon selular (handphone).tanpa harus menunggu antrian.

10) Pembayaran Kartu Kredit

Nasabah Bank Saudara dapat melakukan pembayaran tagihan Kartu Kredit melalui ATM Bank Saudara menggunakan menu “Transfer Anggota ATM Bersama/Prima/Alto” ke Bank Penerbit Kartu Kredit.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data adalah data yang dihasilkan dalam penelitian, disesuaikan dari rumusan masalah dan analisis data yang sesuai. Seperti yang telah dijelaskan, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan demikian, untuk menciptakan penyajian yang terfokus, data-data yang diperoleh dari hasil penelitian disajikan secara berurutan yang menunjukkan fokus penelitian.

1. Strategi pemasaran Produk Tabungan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

Pemasaran tampaknya menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya jumlah bank yang menawarkan produk tabungan serupa. Dengan adanya kegiatan pemasaran yang intensif seperti promosi dan produk yang berkualitas, diharapkan konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Langkah awal sebelum dilakukannya strategi pemasaran yaitu membuat perencanaan pemasaran terlebih dahulu, karena tanpa adanya perencanaan, strategi pemasaran tidak akan berjalan secara maksimal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Bagi kami perencanaan strategi pemasaran adalah hal yang sangat urgen dalam menarik masyarakat untuk menjadi nasabah tanpa terkecuali pada bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember, sebab apabila kami gagal dalam merencanakan strategi apa yang tepat digunakan dalam menarik nasabah maka akan berdampak pada gagalnya capaian yang telah direncanakan. Gagalnya merencanakan strategi pemasaran adalah pertanda buruk bagi pencapaian tujuan yang telah ada ditetapkan sehingga Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember senantiasa mempertimbangkan secara matang terkait strategi pemasaran apa yang tepat untuk digunakan dalam menarik masyarakat Kabupaten Jember untuk menjadi nasabah pada Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember”⁷⁰

Dari wawancara di atas dapat dikatakan bahwa perencanaan pemasaran yang disampaikan oleh Bapak Chairul Arief merupakan suatu hal yang sangat penting, di mana kegiatan apapun tanpa melalui perencanaan akan sulit mendapatkan hasil yang baik atau memadai.

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember merupakan lembaga yang bergerak di bidang ekonomi yang diperuntukkan masyarakat. Strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah prinsip yang menyeluruh di mana manajemen pemasaran mengharapkan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran dan bisnis dalam pasar sasaran.

Strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember menggunakan konsep Bauran Pemasaran (*Marketing*

⁷⁰ Chairul Arief, diwawancari oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

Mix) 7P yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*.

a. *Product* (Produk)

Dalam mempengaruhi strategi pemasaran, jenis pemilihan produk akan menentukan kegiatan pemasaran yang diperlukan, serta menentukan harga dan metode distribusi. Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh perbankan kepada nasabah. Pada umumnya, perbankan memiliki beberapa produk, seperti simpanan dan pembiayaan atau kredit. Produk tabungan adalah sesuatu yang dapat ditawarkan atau dipasarkan dengan simpanan, yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dengan cek, surat permintaan, atau cara lain yang dipersamakan dengan itu.

Sebagai salah satu lembaga keuangan di Indonesia, Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember juga memiliki beberapa produk simpanan dan pembiayaan. Di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember memiliki jasa simpanan, yang berupa produk tabungan, diantaranya Tabungan Cerdas, Tabungan Pensiun, dan Tabungan Harian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional di PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Setiap produk dari Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember selalu mempunyai strategi pemasarannya masing-

masing. Tidak luput juga dengan strategi pemasaran produk tabungan. Dan dengan adanya sistem jemput bola ini sangat mempermudah nasabah karena tidak perlu datang lagi ke kantor, melainkan karyawan yang akan mendatangi langsung nasabah atau calon nasabah. Selain itu, kita menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*.⁷¹

Ibu Yulia Rafelia Saputi selaku *Staff Customer Relation* di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Iya mbak, untuk strategi *marketing mix* (7p) yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember berusaha mempermudah nasabah. Dengan produk-produk yang dibutuhkan nasabah, harga yang ditawarkan untuk pembukaan rekening tabungan yang tidak memberatkan nasabah, tempat yang strategis untuk dijangkau, dan melakukan promosi.” Strategi *marketing mix* ini dirasa cukup membantu untuk nasabah. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember menyediakan berbagai kebutuhan nasabah tanpa memberatkan nasabah itu sendiri. Misalkan saja, di sini produk tabungan yang paling banyak nasabahnya adalah tabungan Cerdas, tabungan pensiun, dan tabungan harian.⁷²

Ibu Sri Yeni Afriyanti Dewi selaku *Staff Marketing*

Funding di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

mengatakan bahwa :

“Setiap tabungan itu biasanya memiliki strategi pemasarannya masing-masing, seperti contohnya Tabungan Cerdas, itu biasanya kita menawarkan kepada mahasiswa atau siswa yang masih bersekolah, dengan rentang umur di atas 17 tahun. Tujuannya agar mereka tertarik dengan produk tabungan cerdas ini untuk jenjang pendidikan masa yang akan datang.”⁷³

⁷¹ Chairul Arief, diwawancari oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

⁷² Yulia Rafelia Saputri, diwawancari oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

⁷³ Sri Yeni Afriyanti Dewi, diwawancari oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

Bapak Aris Yuniardi Susanto selaku *Staff* SDM Umum di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Selain tabungan cerdas, ada juga tabungan pensiunan mbak, nah itu biasanya diperuntukkan untuk PNS, Polri, dan TNI, gunanya tabungan ini untuk mempersiapkan dana tunjangan setelah mereka pensiun, jadi tabungannya dapat diambil setelah tiba masa pensiun, selain itu tabungan ini menjadi syarat jika nasabah ingin menggunakan produk kredit pensiunan. Selain itu, produk tabungan yang biasanya dipromosikan pertama itu Tabungan Harian. Tabungan ini bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Nasabah yang baru pertama kali ingin menabung, biasanya kami kenalkan produk tabungan harian ini.”⁷⁴

Vinda Charisma Welbianti selaku nasabah Tabungan Cerdas di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Saya mulai nabung sejak tahun kemarin yaitu 2022. Pada saat itu, kebetulan saya masih semester 3. Saya mengenal produk Tabungan Cerdas ini karena adanya sosialisasi yang kebetulan dilaksanakan di kampus saya. Dan setelah mendengar penjelasan dari mbak-mbaknya, saya mulai tertarik dan mencoba menabung untuk persediaan uang kebutuhan kuliah saya. Yang membuat saya tertarik menabung di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember itu saya tidak perlu datang ke bank untuk menabung, melainkan karyawan sana yang menjemput tabungan saya. itu salah satu yang membuat saya tertarik menabung di sana, tidak ribet.”⁷⁵

Ibu Kusmini Mujiwanti selaku nasabah Tabungan Cerdas di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Saya seorang ibu rumah tangga, suami saya seorang guru SMP. Saya menggunakan tabungan cerdas ini sudah kurang lebih 3 tahun mbak. Tujuannya untuk biaya sekolah

⁷⁴ Aris Yuniardi Susanto, diwawancari oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

⁷⁵ Vinda Charisma Welbianti, diwawancarai peneliti, 10 Oktober 2023

anak. Dengan adanya tabungan ini, saya jadi punya simpanan untuk nabung sedikit demi sedikit perminggunya. Saya punya toko kecial-kecilan mbak, jadi hasil dari itu, saya pakai untuk nabung, biar saya dan keluarga ada simpanan. Dulu saya setiap minggunya pasti nabung antara Rp75.000– Rp100.000. tapi sekarang saya rutin 2 kali dalam sebulan mbak, kadang 1 kali.”⁷⁶

Ibu Istifajjah selaku nasabah Tabungan Harian di Bank

Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Saya nabung di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember itu mulai tahun 2021 mbak, di mana saya dan suami saya ingin punya simpanan meskipun tidak banyak. Di samping suami saya yang kerja, dan saya berjualan di pasar, saya gunakan untuk nabung biar kami ada persediaan, soalnya kalo dipegang duit itu cepat habis mbak, jadi lebih baik menabung sedikit demi sedikit, demi membantu keuangan keluarga. Dari hasil usaha saya itu, saya tabung hasilnya. Saya senangnya nabung di Bank Woori itu karena ada program jemput bola mbak, jadi kami para nasabah tidak ribet datang ke sana untuk menabung, melainkan karyawannya yang menjemput tabungannya. Saya dulu juga tahu dan mengenal bank woori karena ada karyawan *marketing*-nya datang dan menawarkan produk-produknya. Sampai sekarangpun saya masih nabung mbak meskipun sudah tidak serutin dulu.”⁷⁷

Dari hasil wawancara tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap produk di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mempunyai strateginya masing-masing. Di Bank Woori, ada produk dengan nasabah terbanyak yaitu Tabungan Cerdas, Tabungan Pensiun, dan Tabungan Harian. Masing-masing produk tabungan tersebut, memiliki strateginya masing-masing. Tabungan cerdas ditawarkan kepada anak usia sekolah di umur 17 tahun ke

⁷⁶ Kusmini Mujiwati, diwawancarai oleh peneliti, 16 Oktober 2023.

⁷⁷ Istifajjah, diwawancarai oleh peneliti, 16 Oktober 2023.

atas, tabungan pensiun ditawarkan kepada kantor-kantor ketenagakerjaan, misal PNS, TNI, Polri, dan Tabungan Harian ditawarkan kepada calon nasabah yang memiliki usaha dan ingin menyejahterakan hidupnya.

b. *Price* (Harga)

Harga ini berkaitan dengan penentuan bunga yang dapat menarik nasabah untuk mengambil produk tabungan yang ditawarkan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember, beliau mengatakan bahwa :

“Untuk harga yang ditawarkan dalam pembukaan rekening itu lebih rendah jika dibandingkan dengan bank pesaing lainnya, itu bisa dikatakan cukup bersaing, karena apa, bank woori ini kan termasuk bank konvensional. Untuk produk tabungannya sendiri, misal di bank lain kan biasanya untuk setoran awal itu Rp100.000. Di sini untuk produk tabungan cerdas itu untuk setoran awalnya bebas, setoran minimumnya Rp10.000, saldo minimum Rp0, dan administrasi bulanannya Rp 0. Jadi, bisa lebih dikatakan lebih murah daripada bank lainnya.”⁷⁸

Ibu Yulia Rafelia Saputi selaku *Staff Customer Relation* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Untuk tabungan cerdas tadi sudah ya, jadi saya jelasin tabungan pensiun aja ya mbak. Sebenarnya sama mbak sama tabungan cerdas tadi yang sudah dijelaskan bapak Irul, Jadi, kalo untuk tabungan pensiun itu untuk setoran awalnya bebas tanpa minimal rupiah, setoran selanjutnya itu minimal Rp10.000, dan saldo minimum Rp0, dan untuk administrasi bulanannya Rp0.”

⁷⁸ Chairul Arief, diwawancari oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

Ibu Sri Yeni Afriyanti Dewi selaku *Staff Marketing Funding* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Seperti yang sudah dijelaskan bapak Irul dan mbak yeni tadi, kalo untuk tabungan harian itu untuk setoran awalnya Rp20.000, setoran selanjutnya Rp10.000, saldo minimumnya Rp20.000, administrasi bulanannya Rp2.000. dan untuk penutupan rekening itu biayanya Rp20.000.”

Ibu Kusmni Mujiwati selaku Nasabah Tabungan Cerdas di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Kalo untuk harga, menurut saya sih murah ya mbak, kadang kan di bank lain itu setoran awalnya atau pembukaan rekening itu minimal Rp100.000, jadi meskipun saya punya uang Rp30.000 pun bisa nabung mbak.”

Vinda Charisma Welbianti selaku Nasabah Tabungan Cerdas di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Menurut saya sih lumayan menguntungkan juga, karena kan kalo di bank lain itu minimal setoran awal Rp100.000, itupun nanti hanya bisa diambil Rp50.000 aja mbak, sisanya dibuat saldo minimal, itupun bisa diambil kalo kita mau tutup rekening. Kalo di bank woori kan saldo minimumnya Rp0, jadi lebih enak aja gitu mbak.”⁷⁹

Dari hasil wawancara tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi harga yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dalam menawarkan produknya melalui harga yaitu sangatlah murah. Tidak ada strategi khusus dalam penetapan harga, karena harga tersebut merupakan hal yang paten,

⁷⁹ Vinda Charisma Welbianti, diwawancari oleh peneliti, 10 Oktober 2023.

tidak akan berubah dan merupakan ketetapan dari kantor pusat. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga masih menggunakan strategi pemasaran terpusat dan sesuai dengan kondisi keuangan nasabah maupun calon nasabah.

c. *Place* (Tempat)

Tempat merupakan faktor penting yang menentukan tingkat keberhasilan pemasaran produk. Oleh karena itu, manajemen pemasaran produk harus memperhatikan strategi penempatan atau lokasi untuk memudahkan akses produk dapat dikenal oleh nasabah. Setiap perbankan mempunyai strateginya masing-masing untuk tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan pangsa pasar. Misalnya dengan menggunakan bahasa daerah yang sudah menjadi *culture* di masyarakat tersebut serta ruang kantor penting yang mudah diakses dan nyaman oleh kalangan masyarakat.

Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional di Bank

Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Tempat atau lokasi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ini sangat menentukan bagaimana bank tersebut disa dikenal oleh masyarakat luas. Faktor tersebut tentu akan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah melalui produk yang ditawarkan oleh pihak bank. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember berlokasi di Jalan Gajah Mada No. 165, Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.”⁸⁰

Ibu Yulia Rafelia Saputi selaku *Staff Customer Relation* di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

⁸⁰ Chairul Arief, diwawancari oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

“Pemilihan lokasi sangat penting dan berpengaruh bagi Bank Woori terkait pemasaran produk tabungan ini. Karena pada dasarnya ketika kita melakukan kegiatan pemasaran, kita harus tau produk apa saja yang akan kita pasarkan dan kepada siapa produk tersebut dipasarkan. Karena tidak mungkin kami melakukan pemasaran ketika di rumah-rumah yang pemiliknya itu tidak mempunyai pekerjaan tetap, misal PNS, dan sebagainya.”

Ibu Sri Yeni Afriyanti Dewi selaku *Staff Marketing Funding* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Jika dilihat dari lokasinya, nasabah paling banyak yaitu nasabah tabungan harian karena di sini rata-rata masyarakatnya berjualan atau berbisnis kecil-kecilan. Jadi, hasil dari usaha, mereka ingin menyisihkan sebagian uangnya untuk ditabung. Karena kan pendapatan pasti tiap harinya masuk, jadi mereka ingin ada persediaan untuk kebutuhan mendadak nantinya.”

Bapak Aris Yuniardi Susanto selaku *Staff SDM Umum* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Lokasi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ini sangat strategis, dimana terletak di pinggir jalan raya, bisa dijangkau dengan mudah oleh nasabah maupun calon nasabah, dan juga dekat dengan pasar yang bisa sangat mudah untuk melakukan pemasaran berbagai produk yang ada di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ini.”

Vinda Charisma Welbianti selaku nasabah Tabungan Cerdas mengatakan bahwa :

“Sangat mudah dijangkau, kebetulan dekat dengan rumah saya saya kan nabungnya tiap minggu mbak tepat hari jum'at, jadi sepulang kuliah atau berangkat kuliah, saya mampir dulu ke bank untuk nabung karena kan satu jalur, atau kadang kalo saya ga sempat ke sana, karyawannya yang ambil”⁸¹

⁸¹ Vinda Charisma Welbianti, diwawancarai oleh peneliti, 10 Oktober 2023.

Ibu Kusmini Mujiwati selaku nasabah Tabungan Cerdas mengatakan bahwa :

“Tempatnya strategis mbak, ada di pinggir jalan raya dan lumayan dekat dengan rumah saya, jadi saya sangat mudah untuk menabung di Bank Woori, apalagi pihak sana ada system jemput bola, jadi saya ga perlu susah-susah datang ke bank, tapi karyawannya yang ke rumah untuk ambil tabungan saya mbak.”⁸²

Dari hasil wawancara tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa lokasi kantor Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ini sangat strategis, yakni tepatnya di pinggir jalan raya dan juga berdekatan langsung dengan perumahan warga dan pasar. Hal ini akan mempermudah nasabah ataupun calon nasabah untuk melakukan transaksi langsung ke Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember. Tempat kantor Bank Woori ini memudahkan karyawannya untuk mensosialisasikan dan memasarkan produknya sehingga masyarakat bisa mengetahui keberadaan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ini.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan cara mengkomunikasikan produk atau jasa yang ditawarkan supaya nasabah mengenal dan menggunakan produk tersebut. Bank woori dapat menggunakan berbagai strategi untuk memastikan bahwa nasabah maupun calon nasabah mengetahui dan memahami serta tertarik untuk menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan.

⁸² Kusmini Mujiwati, diwawancarai oleh peneliti 16 Oktober 2023.

Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional di Bank

Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Salah satu promosi yang paling cepat menurut kami, yaitu mengadakan sosialisasi, misalnya di beberapa lembaga keuangan, lembaga pendidikan, promosiin ke pasar-pasar terdekat. Bisa juga ke perkumpulan ibu-ibu, kantor ketenagakerjaan juga, dan sebagainya. Nah jadi promosinya di situ, kami menawarkan sesuai kebutuhan mereka berdasarkan kondisinya. Kalau secara media social, kami melakuakn promosi melalui whatsapp, intagram, facebook. Tapi kalo untuk instagram masih belum terlalu aktif mbak”⁸³

Ibu Yulia Rafelia Saputi selaku *Staff Customer Relation* di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Kalo untuk promosinya sendiri, kita biasanya melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Kalo untuk 3 tabungan tadi, biasanya untuk tabungan cerdas, kita promosiin ke sekolah-sekolah, kami jelaskan keunggulannya, memberikan brosur, agar mereka tertarik dan mau menjadi nasabah tabungan di bank woori. Untuk tabungan pensiun itu biasanya kita tawarkan atau kita promosiin ke kantor ketenagakerjaan, karena tabungan ini memang diperuntukkan khusus bagi mereka yang memiliki pensiunan, yang paling banyak di sini nasabahnya dari kesatuan memang mbak. Kalo untuk tabungan harian itu biasanya kami tawarkan kepada ibu-ibu rumah tangga, atau masyarakat pasar yang punya usaha gitu mbak. Kalo untuk tabungan ini kan bisa diambil kapan saja, jadi mereka bisa punya persediaan.”⁸⁴

Ibu Sri Yeni Afriyanti Dewi selaku *Staff Marketing*

Funding di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

mengatakan bahwa :

“Untuk promosinya kita beda-beda mbak, tergantung produk apa yang kami tawarkan. Contohnya, tabungan

⁸³ Chairul Arief, diwawancarai oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

⁸⁴ Yulia Rafelia Saputri, diwawancarai oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

cerdas, itu kami promosikan ke sekolah, lembaga pendidikan, dan ngejelasin produknya sedetail mungkin, agar mereka adek-adek dapat tertarik kepada produk kami ini. Bahkan tidak hanya ke adek-adek pun, kita tawarkan juga kepada wali murid atau calon nasabah yang mempunyai anak masih sekolah, untuk bekal atau persediaan untuk pendidikan anak-anaknya. Kalo untuk tabungan pensiun, biasanya kita tawarkan ke kantor-kantor yang di mana karyawannya itu PNS, misal di kesatuan TNI, dan punya pensiunan, karena tabungan pensiun ini kan ditujukan pada orang-orang yang punya masa pensiunan agar tabungan ini juga dapat digunakan ketika mereka sudah ada di masa pensiun. Dan juga tabungan pensiun ini merupakan syarat apabila nasabah ingin menggunakan kredit pensiun. Kalo untuk tabungan Harian ini biasanya kita tawarkan kepada orang yang memiliki usaha, misal di pasar. Karena kan tabungan ini dapat diambil kapan saja, jadi mudah untuk mereka mengambil uang tabungannya kembali. Tapi nasabah kita juga banyak yang ibu rumah tangga untuk tabungan harian ini.”⁸⁵

Bapak Aris Yuniardi Susanto selaku *Staff* SDM Umum di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Promosi biasanya kita dengan cara membagikan brosur-brosur kepada masyarakat di mana di dalam brosur tersebut terdapat penjelasan tentang semua produk yang ada di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ini.”⁸⁶

Vinda Charisma Welbianti selaku nasabah Tabungan

Cerdas di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan

bahwa :

“Dulu saya kenal tabungan cerdas ini pada saat saya menghadiri sebuah sosialisasi tentang perbankan, jadi di situ mereka menjelaskan tentang beberapa produk perbankan ini, karena saya suka menabung, dan memang berkeinginan untuk nabung, jadi yang saya rasa cocok untuk saya itu tabungan cerdas, awalnya saya gatau kan keberadaan bank woori ini, ternyata di jember hanya ada 1 kantor cabang yang ternyata juga lumayan dekat dengan

⁸⁵ Yulia Rafelia Saputri, diwawancarai oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

⁸⁶ Aris Yuniardi Susanto, diwawancarai oleh peneliti, 16 Agustus 2023.

lokasi saya. Jadi, saya langsung jadi nasabahnya. Saya jadi nasabah kurang lebih 2 tahun mbak. Saya kan kuliah, jadi tiap berangkat atau pulang kuliah, saya usahakan nabung tiap minggunya. Tapi kalo ga sempat atau saya memang lagi buru-buru, karyawannya yang datang ke rumah untuk ambil uang tabungan saya.”⁸⁷

Ibu Kusmini Mujiwarti selaku nasabah Tabungan Cerdas di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Saya tahu Bank Woori ini ketika karyawannya melakukan pemasaran dengan mencari nasabah, kemudian saya ditawarkan beberapa produk tabungan yang ada di Bank Woori tersebut. Karena memang saya berkeinginan untuk menabung, jadi saya saat itu langsung menjadi nasabahnya. Karena kan saya punya 2 anak mbak, sekolah semua, jadi saya ingin lebih bisa mengatur biaya sekolah mereka, karena kalo dipegang sendiri mbak, saya orangnya boros, jadi memang saya dan suami saya berkeputusan untuk nabung saja, saya juga ada usaha online shop kecil-kecilan, jadi saya kan rencananya mau ke bank untuk nabung, tapi karena ada karyawan bank woori yang nawarin ke saya, jadi saya nabung ke sana saja, apalagi bisa dijemput uang tabungan sama karyawannya ke rumah saya, jadi saya ga perlu repot-repot datang ke bank.”⁸⁸

Ibu Istifajjah selaku nasabah Tabungan Harian di Bank

Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Saya mengenal bank woori ini karena ada karyawannya yang melakukan pemasaran produknya ini. Saya ditawarkan untuk ambil tabungan harian. Karena pada saat itu saya belum ada tabungan di bank mbak, jadi saya mau coba dan Alhamdulillah berjalan sampe sekarang. Saya nabung takut ada kepentingan dadakan mbak, jadi kan tabungan ini bisa diambil kapan saja, jadi lebih gampang ke saya. dan juga biasanya karyawan yang datang ambil uang tabungan, jadi saya ga perlu datang ke bank untuk nabung.”⁸⁹

⁸⁷ Vinda Charisma Welbianti, diwawancarai oleh peneliti, 10 Oktober 2023.

⁸⁸ Kusmini Mujiwati, diwawancarai oleh peneliti, 16 Oktober 2023.

⁸⁹ Istifajjah, diwawancarai oleh peneliti, 10 Oktober 2023.

Dari hasil wawancara tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ini untuk menarik minat nasabah maupun calon nasabah untuk menggunakan produk yang ada di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember. Promosi yang dilakukan dengan berbagai cara yang meliputi promosi online dan offline yang dipasarkan langsung kepada masyarakat.

e. *People* (Orang)

Orang atau karyawan merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan, karena sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan, bagaimana berkembangnya tenaga pemasaran yang berkualitas dan ramah. Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Sebuah perusahaan jika di dalamnya itu berkarakter dan berkualitas, pelayanannya ramah, kebanyakan sukses mbak. Perusahaan harus menerapkan sikap di mana perusahaan itu membuat nyaman pelanggan. Alhasil pelanggan akan merasa puas. Begitu juga di sini kami sebagai karyawan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ini, dengan memberikan pengetahuan atau pendidikan kepada pegawai lain agar membentuk sebuah karakter yang baik dan memperkenalkan sebuah produk tabungan kepada nasabah itu. Nasabah merasa nyaman dan lebih mudah untuk memahami tentang produk tabungan yang kami sediakan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang ini.”⁹⁰

Ibu Yulia Rafelia Saputi selaku *Staff Customer Relation* di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

⁹⁰ Chairul Arief, diwawancarai oleh peneliti, 10 November 2023.

“Menurut saya, bahwasanya karyawan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember cara meningkatkan pelayanan terhadap nasabah, segala hal yang dilakukan harus dengan baik dan memiliki sopan santun yang baik demi terciptanya kepuasan pelanggan atau nasabah. Menjaga kepercayaan nasabah dengan memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, mereka juga pasti tidak ragu untuk menggunakan atau memakai produk tabungan yang tawarkan kepada mereka.”⁹¹

Ibu Sri Yeni Afriyanti Dewi selaku *Staff Marketing Funding* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Sebelum calon karyawan di sini itu menjadi karyawan tetap, kita adakan training dulu, nah selama calon karyawan tersebut training, kami memantau etika dan perilaku dia itu gimana pelayanannya kepada nasabah, baik atau engga, ramah atau engga, jadi semisal menurut kita dia kurang dalam hal pelayanan, kami nasehatin kurangnya di mana, kesalahannya di mana. Jadi semisal perilaku atau pelayanan kita terhadap nasabah itu menyenangkan, otomatis nasabah akan merasa puas terhadap pelayanan di sini gitu mbak.”⁹²

Bapak Aris Yuniardi Susanto selaku *Staff SDM Umum* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Sejauh ini pelayanan dari karyawan kami diterima baik oleh setiap nasabah yang datang, karena sejak awal diterima untuk menjadi karyawan di Bank Syariah Indonesia tentunya sudah harus mengetahui bahwa kenyamanan nasabah itu merupakan suatu hal yang penting. Karyawan yang ada disini juga sejauh ini melakukan job descnya dengan baik dan sesuai dengan aturan yang berlaku.”⁹³

⁹¹ Yulia Rafelia Saputri, diwawancari oleh peneliti, 10 November 2023.

⁹² Sri Yeni Afriyanti Dewi, diwawancari oleh peneliti, 10 November 2023.

⁹³ Aris Yuniardi Susanto, diwawancarai oleh peneliti, 10 November 2023.

Vinda Charisma Welbianti selaku nasabah Tabungan Cerdas di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Karyawannya ramah-ramah mbak, jadi seneng kalo dapet pelayanan bagus seperti itu. Nasabah akan merasa puas jika dilayani dengan baik, termasuk saya. karyawannya sangat detail dalam menjelaskan produk-produknya, jadi nasabah bisa lebih mengerti tentang poroduk yang ditawarkan.”⁹⁴

Ibu Kusmini Mujiwarti selaku nasabah Tabungan Cerdas di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Suka banget sama pelayanannya, ramah-ramah, sopan, penjelasannya juga detail, apa yang belum dimengerti oleh nasabah atau calon nsabah itu langsung dijelaskan.”⁹⁵

Ibu Istifajjah selaku nasabah Tabungan Harian di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Karyawan Bank yang kemarin ke rumah itu cara ngejelasinnya mudah dimengerti mbak, murah senyum, sabar, mereka juga sopan dalam bertemu nasabah, jadi pelayanannya itu sangat baik mbak.”⁹⁶

Dari hasil wawancara tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa Pelayanan yang dilakukan oleh segenap karyawan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember sangat baik. Alhasil, para nasabah atau calon nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dengan sangat baik. Hal itu dapat meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

⁹⁴ Vinda Charisma Welbianti, diwawancarai oleh peneliti, 10 Oktober 2023.

⁹⁵ Kusmini Mujiwati, diwawancarai oleh peneliti, 16 Oktober 2023.

⁹⁶ Istifajjah, diwawancarai oleh peneliti, 10 Oktober 2023.

f. *Process* (Proses)

Proses adalah suatu proses atau permulaan dari suatu peristiwa keikutsertaan antara bank dan konsumen dalam pelayanan yang ditawarkan bank kepada konsumen yang menggunakan produk tabungan tersebut. Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Jadi ketika ada nasabah atau calon nasabah yang ingin membuka rekening wajib membawa surat KTP dan NPWP jika ada, menyiapkan dana untuk setoran awal untuk pembukaan rekening, setoran awalnya juga macem-macam ya mbak, tergantung produk apa yang dipilih. Setelah itu Nasabah atau calon nasabah hanya perlu mengantri ke CS dan proses transaksi dari awal hingga proses pembukaan rekening tabungan selesai. Kita hanya perlu mengisi dan menandatangani form yang telah disediakan oleh pihak bank gitu mbak. Sedangkan kalo untuk kredit kami tidak bisa langsung kasih, kami akan melakukan tinjauan layak atau engganya nasabah atau calon nasabah ini, agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan di kemudian hari.”⁹⁷

Ibu Yulia Rafelia Saputi selaku *Staff Customer Relation* di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Bagi nasabah atau calon nasabah yang mau buka rekening tabungan, itu persyaratan wajibnya datang ke kantor dengan membawa KTP nasabah, dan membawa setoran awal untuk pembukaan rekening. Nah di CS nanti nasabah atau calon nasabah akan mengisi form yang akan diajari oleh CS kami. Setelah semuanya selesai, nasabah atau calon nasabah bisa menabung dengan ketentuan syarat yang berlaku sesuai dengan ketentuan produk yang dipilih.”⁹⁸

⁹⁷ Chairul Arief, diwawancarai oleh peneliti, 10 November 2023.

⁹⁸ Yulia Rafelia Saputri, diwawancarai oleh peneliti, 10 November 2023.

Ibu Sri Yeni Afriyanti Dewi selaku *Staff Marketing Funding* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Proses dalam pembukaan rekening tabungan itu sangat mudah mbak. Seperti yang sudah dijelaskan oleh Bapak Irul tadi, bagi nasabah atau calon nasabah yang mau membuka rekening tabungan bisa langsung datang ke Bank dengan membawa KTP dan uang untuk setoran awal tabungan yang dipilih. Sedangkan untuk kredit, nasabah harus mengajukan dulu untuk pengambilan kreditnya dan dilakukan pengecekan terlebih dahulu apakah nasabah tersebut layak untuk mendapatkan kredit yang diajukan dan memenuhi persyaratan lainnya juga begitu mbak.”⁹⁹

Bapak Aris Yuniardi Susanto selaku *Staff SDM Umum* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Sama yang sudah dijelaskan tadi oleh semua karyawan, bahwasanya memang tabungan atau kredit itu ada prosesnya terlebih dahulu. Jadi nasabah itu baik ingin mengajukan kredit atau membuka tabungan, itu sama-sama harus ke kantor untuk mengurusinya. Terlebih lagi jika nasabah sedang rame-ramenya datang, jadi mereka harus lebih sabar untuk mengantri.”¹⁰⁰

Vinda Charisma Welbianti selaku nasabah Tabungan Cerdas di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Prosesnya mudah mbak, pada saat itu saya langsung datang ke bank sesuai yang diarahkan, dan membawa KTP dan berkas lain, kemudian diarahkan oleh karyawannya untuk mengisi form, dan tidak sampai satu jam, prosesnya selesai. Karena pada saat itu, kebetulan bank tidak banyak yang datang jadi tidak terlalu antri.”¹⁰¹

⁹⁹ Sri Yeni Afriyanti Dewi, diwawancarai oleh peneliti, 10 November 2023.

¹⁰⁰ Aris Yuniardi Susanto, diwawancarai oleh peneliti, 10 November 2023.

¹⁰¹ Vinda Charisma Welbianti, diwawancarai oleh peneliti, 10 Oktober 2023.

Ibu Kusmini Mujiwati selaku nasabah Tabungan Cerdas di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Prosesnya sangat mudah mbak, seperti membuka rekening tabungan pada umumnya dengan membawa KTP dan mengisi formulir yang diajari oleh karyawannya, setelah itu, saya bisa langsung nabung di bank woori jember”¹⁰²

Ibu Istifajjah selaku nasabah Tabungan Harian di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Gampang mbak, karyawannya menjelaskan pada saat nawarin tabungan ke rumah itu, kalo mau buka rekening harus datang ke bank dengan membawa KTP dan setoran awal, jadi selesai pada saat itu juga, karena prosesnya mudah.”¹⁰³

Dari hasil wawancara tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa proses untuk pembukaan rekening tabungan sangatlah mudah. Nasabah atau calon nasabah hanya perlu mendatangi kantor Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dengan membawa Kartu Identitas Penduduk dan mengisi formulir yang telah disediakan oleh pihak bank. Kemudian, untuk proses pengajuan kredit itu harus menunggu terlebih dahulu dikarenakan harus ada atau melakukan pengecekan terlebih dahulu kelayakan nasabah atau calon nasabah mendapatkan kredit atau pinjaman.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan sesuatu yang benar-benar mempengaruhi konsumen untuk membeli dan menggunakan

¹⁰² Kusmini Mujiwati, diwawancarai oleh peneliti, 16 Oktober 2023.

¹⁰³ Istifajjah, diwawancarai oleh peneliti, 10 Oktober 2023.

produk tabungan yang ditawarkan kepada nasabah di kantor pusat Bank.

Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional di Bank

Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Fasilitas yang diberikan oleh Bank kepada nasabah itu berupa ATM, Tabungan, mobile banking gitu, kalo untuk kredit masih belum ada, jadi yang tersedia fasilitas hanya untuk tabungan saja. Kemudian, untuk permasalahan lingkungan fisiknya itu yaitu kurangnya mesin ATM. Di Jember, hanya terdapat 1 mesin ATM saja, pas di sini mbak, sebelah kantor Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember, jadi nasabah jika ingin mengambil uang tabungan tersebut, harus ke ATM dulu di sini mbak. Oh iya, karyawan di sini juga diwajibkan berpenampilan serapi mungkin dan sesopan mungkin.”¹⁰⁴

Ibu Yulia Rafelia Saputi selaku *Staff Customer Relation* di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Untuk fasilitas, bank woori menyediakan kantor yang menarik, brosur, banners, internet, perabotan, seragam dari karyawan, kartu nama, penataan ruangan/gedung, kendaraan operasional dan lain sebagainya. Sedangkan fasilitas untuk nasabah, hanya teruntuk nasabah tabungan saja yaitu salah satunya ATM, Tabungan, sedangkan nasabah kredit belum ada.”¹⁰⁵

Ibu Sri Yeni Afriyanti Dewi selaku *Staff Marketing*

Funding di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Kalau untuk fasilitasnya mbak, kami menyediakan kantor yang disusun secara rapi dan bersih agar menarik nasabah dan nasabah merasa puas, mesin ATM, AC, buku tabungan dan kartu ATM untuk nasabah tabungan, dan fasilitas

¹⁰⁴ Chairul Arief, diwawancarai oleh peneliti, 10 November 2023.

¹⁰⁵ Yulia Rafelia Saputri, diwawancarai oleh peneliti, 10 November 2023.

lainnya dalam Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ini.”¹⁰⁶

Bapak Aris Yuniardi Susanto selaku *Staff* SDM Umum di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Fasilitas di sini kami sediakan sebaik mungkin agar nasabah merasa nyaman, tempat yang bersih, AC, pelayanan yang baik, alat-alat yang mendukung pemasaran, contohnya brosur, banner, dan untuk nasabah tabungan kami sediakan fasilitas Mesin dan kartu ATM.”¹⁰⁷

Vinda Charisma Welbianti selaku nasabah Tabungan

Cerdas di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan

bahwa :

“Saya selama menabung di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember diberikan buku tabungan, kartu ATM, bonus, dan pelayanan yang sangat baik.”¹⁰⁸

Ibu Kusmini Mujiwati selaku nasabah Tabungan Cerdas di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Saya mendapatkan kartu ATM, Buku Tabungan, brosur, dan bonus yang diberikan oleh pihak Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.”¹⁰⁹

Dari hasil wawancara tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang diberikan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember kepada nasabahnya adalah berupa buku tabunga, kartu ATM, brosur, kantor yang rapi dan bersih, AC, banner, dan fasilitas lainnya yang bermanfaat untuk karyawan, nasabah,

¹⁰⁶ Sri Yeni Afriyanti Dewi, diwawancarai oleh peneliti, 10 November 2023.

¹⁰⁷ Aris Yuniardi Susanto, diwawancarai oleh peneliti, 10 November 2023.

¹⁰⁸ Vinda Charisma Welbianti, diwawancarai oleh peneliti, 10 Oktober 2023.

¹⁰⁹ Kusmini Mujiwati, diwawancarai oleh peneliti, 16 Oktober 2023.

maupun calon nasabah Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

2. Hambatan dan Solusi yang terjadi pada Strategi Pemasaran Produk Tabungan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

a. Hambatan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dalam proses pemasaran produk tabungan terdapat kendala-kendala yang dihadapi. Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Salah satu hambatannya itu karena di Jember ini kan terdapat satu kantor cabang saja, jadi masyarakat kurang mengetahui tentang keberadaan Bank Woori ini. Kalo bank lainnya kan sudah banyak memiliki unit setiap kecamatannya, sedangkan kita masih terdapat satu kantor saja, jadi yang jember bagian selatan atau utara itu sangat kurang mengetahui tentang Bank Woori ini.”¹¹⁰

Ibu Yulia Rafelia Saputi selaku *Staff Customer Relation* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Di sini lebih berfokus pada penyaluran dana pensiun saja, jadi para nasabah kurang banyak mengetahui berbagai produk tabungan yang sangat menguntungkan jika mereka gunakan untuk berinvestasi.”¹¹¹

¹¹⁰ Chairul Arief, diwawancarai oleh peneliti, 02 November 2023.

¹¹¹ Yulia Rafelia Saputri, diwawancarai oleh peneliti, 02 November 2023.

Ibu Sri Yeni Afriyanti Dewi selaku *Staff Marketing Funding* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Kalo kendala-kendala yang biasanya terjadi itu kurangnya sosialisasi kepada masyarakat. Jadi, mereka jarang tahu bahwa produk tabungan di Bank Woori Saudara kantor cabang Jember ini lumayan banyak. “Kendala yang biasa terjadi karena minimnya pengetahuan masyarakat terhadap produk bank woori, serta alat pemasaran yang kurang, dan media promosi yang kurang bisa diakses oleh masyarakat.”¹¹²

Bapak Aris Yuniardi Susanto selaku *Staff SDM Umum* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Selain itu, yang menjadi hambatan di sini ialah persaingan produk antar bank. Di jember sendiri jumlah bank lumayan banyak yang tak kalah juga mengeluarkan produk-produk keunggulannya sendiri. Contohnya saja seperti bank rakyat indonesia yang sudah sangat dikenal oleh orang banyak, memiliki nasabah yang jumlahnya luar biasa, dan cabangnya ada di mana-mana. Sedangkan kita di jember hanya terdapat 1 kantor saja.”¹¹³

Dari hasil wawancara tersebut di atas, dapat disimpulkan

bahwa terdapat beberapa kendala yang menjadi hambatan sehingga terjadi ketidاكلancaran dalam mempromosikan produk. Hal ini perlu ditindaklanjuti dengan memberikan solusi terbaik terhadap hambatan-hambatan tersebut. Hambatan yang dialami oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember antara lain kurangnya sosialisasi kepada masyarakat yang mengakibatkan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk Bank Woori Saudara

¹¹² Sri Yeni Afriyanti Dewi, diwawancari oleh peneliti, 02 November 2023.

¹¹³ Aris Yuniardi Susanto, diwawancari oleh peneliti, 02 November 2023.

Kantor Cabang Jember, persaingan produk antar bank, serta menimnya media promosi yang digunakan dalam kegiatan pemasaran berlangsung.

b. Solusi

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dalam menghadapi hambatan-hambatan yang sering kali terjadi, yaitu dengan memberikan solusi terhadap hambatan tersebut.

Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Solusi yang tepat menurut saya adalah kita sebagai karyawan harus lebih giat lagi dalam memasarkan produk bank woori. Karena dengan kita sering bersosialisasi kepada masyarakat dan memberi penjelasan mengenai keunggulan-keunggulan bank kami, masyarakat akan jadi lebih mengerti dan memahami tentang Bank woori dan produk apa saja yang terdapat di Bank Woori.”¹¹⁴

Ibu Yulia Rafelia Saputi selaku *Staff Customer Relation* di

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Solusi yang tepat ialah untuk karyawan bank woori jangan hanya memperkenalkan produk kredit saja, tetapi juga harus mengenalkan produk tabungan yang tak kalah menarik keuntungannya, agar nasabah tidak hanya berpatok mengetahui produk kredit saja, melainkan juga agar tertarik menggunakan produk tabungan dengan mengetahui keuntungan apa saja yang akan diperoleh.”¹¹⁵

¹¹⁴ Chairul Arief, diwawancarai oleh peneliti, 02 November 2023.

¹¹⁵ Yulia Rafelia Saputri, di wawancara penulis, Jember, 02 November 2023

Ibu Sri Yeni Afriyanti Dewi selaku *Staff Marketing Funding* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

Salah satu solusi yang tepat adalah misal mengadakan promo yang luar biasa, dengan cara memberikan bunga yang tinggi kepada nasabah tabungan atau memerrkenalkan produk tabungan yang memiliki biaya administrasi Rp0, itu membuat produk dapat bersaing dengan produk bank lainnya.”¹¹⁶

Bapak Aris Yuniardi Susanto selaku *Staff SDM Umum* di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mengatakan bahwa :

“Salah satu solusi yang tepat dalam menghadapi hambatan atau kendala yang terjadi aadalah dengan meningkatkan alat promosi, jadi bank woori harus lebih aktif atau giat lagi dalam mempromosikan produk-produknya melalui media elektronik. Dengan begitu, masyarakat akan jadi lebih tahu dan mengenal produk yang ditawarkan. Dan juga selain itu, bank woori harus mempertahankan atau meningkatkan kepercayaan nasabah, karena dengan membangun kepercayaan nasabah, nasabah akan terus selalu datang dan percaya untuk menggunakan produk yang ditawarkan.”¹¹⁷

Jadi, berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan

bahwa hambatan yang sering terjadi mempunyai solusi, di antaranya lebih meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dengan cara aktif atau giat melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar mereka lebih mengetahui keberadaan dan produk yang terdapat di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

¹¹⁶ Sri Yeni Afrina Dewi, di wawancara penulis, Jember, 02 November 2023

¹¹⁷ Aris Yuniardi Susanto, di wawancara penulis, Jember, 02 November 2023

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini menjelaskan tentang beberapa uraian hasil penelitian di lapangan yang dipadupadankan dengan teori-teori yang ada pada bab sebelumnya. Data wawancara dan dokumentasi akan dianalisis secara jelas oleh peneliti sehingga mendapatkan temuan yang sebenar-benarnya, serta hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis untuk memperkuat hasil penelitian mengenai strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dalam penyajian data dan analisis data sebagai berikut :

Strategi pemasaran yang diterapkan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mencakup aspek bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P, yakni :

a. *Product* (Produk)

Salah satu produk yang terdapat di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember adalah produk tabungan. Produk tabungan adalah sesuatu yang ditawarkan atau dipasarkan melalui simpanan, dengan syarat tertentu yang telah disepakati. Produk tabungan yang

terdapat di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ada 4 yakni Tabungan Cerdas, Tabungan Harian, Tabungan TASKA, dan Tabungan Pensiunan. Produk tersebut memberikan manfaat bagi masyarakat yang ingin menyimpan dananya dengan aman dan mendapat keuntungan. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember menerapkan strategi pemasaran di mana menghadapi persaingan yang ketat antar bank lainnya.

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember tidak hanya menawarkan produk tabungan saja, melainkan juga menawarkan produk kredit dan jasa atau layanan. Pada produk kredit terdapat 6 jenis kredit. Sedangkan pada layanan atau jasa, terdapat 10 jenis layanan atau jasa.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh M. Nur Rianto Al-Arif bahwa produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yang disediakan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang jember yaitu Produk Tabungan yang diantaranya Tabungan Cerdas, Tabungan Pensiunan, dan Tabungan Harian. Sedangkan untuk produk jasa yang ada di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember yaitu seperti layanan antar jemput Tabungan.¹¹⁸

¹¹⁸ M. Nur Rianto Al Arif, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: ALFABETA, 2019), 15.

b. *Price* (Harga)

Penentuan suku bunga yang ditawarkan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember mempengaruhi minat nasabah untuk mengambil produk tabungan yang ditawarkan, fasilitas yang diberikan berkaitan dengan penawaran harga seperti biaya administrasi yang gratis, atau pembukaan tabungan tanpa biaya apapun sampai dengan bunga tinggi yang diberikan setiap bulan, banyaknya fasilitas yang diberikan dan pilihan yang beragam mengakibatkan masyarakat bisa lebih bebas memilih tabungan mana yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Basu Swastha bahwa salah satu prinsip dalam menetapkan harga bagi manajemen perusahaan adalah menitikberatkan pada kesepakatan yang telah ditentukan antara konsumen dan perusahaan dengan jumlah harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan tersebut.¹¹⁹

c. *Place* (Tempat)

Tempat atau lokasi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember sangatlah strategis, di mana terletak di pinggir jalan raya yang merupakan jalan provinsi Kabupaten Jember, dan juga berdekatan dengan Bank Indonesia. Di samping itu, juga berdekatan dengan bank-bank pesaing lainnya.

¹¹⁹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ke13, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), 6.

Jangkauan nasabah dengan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dan penyebaran fasilitas seperti ATM mempengaruhi masyarakat untuk dapat memiliki produk tabungan yang ditawarkan. Cara pemasaran produk agar sampai ke telinga masyarakat membutuhkan tempat yang sesuai sehingga masyarakat bisa mendapat pelayanan yang baik dan mudah untuk menempatkan pilihan kepada produk tabungan mana saja yang diminati.

Pada Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember yang menjadi faktor penting dalam pemasaran yakni pada strategi tempat ini, karena tempat kurang tepat untuk melakukan pemasaran produk tabungan karena berdekatan dengan bank pesaing lainnya seperti Bank Jatim Syariah, maka yang didapat oleh pihak Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember tidak banyak. Tempat kegiatan promosi pada produk tabungan yaitu mahasiswa atau siswa (di sekolah), wilayah padat penduduk, pasar, kantor ketenagakerjaan, dan sebagainya.

Hal tersebut sesuai dengan teori dari Abu Bakar Rusydi bahwa tempat merupakan letak dimana sebuah perusahaan industri berada, yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek atau panjang. Memilih tempat ini karena memiliki nilai strategis serta memiliki koneksi yang kuat dan mudah untuk masuk, mampu

memberikan dampak keyakinan kepada para nasabah, perusahaan, karyawan lainnya dalam menilai perusahaan.¹²⁰

d. *Promotion* (Promosi)

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dalam memasarkan produk dengan cara antara lain :

1) Melakukan sosialisasi di perusahaan dan Event

Untuk media pemasaran dalam strategi yang dilakukan dari Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember sendiri lebih sering melakukan sosialisasi di beberapa perusahaan yang diajdiikan rekomendasi oleh beberapa nasabah ataupun bahkan ada nasabah yang memiliki perusahaan sehingga bisa dibuat untuk dijadikan tempat untuk menyebarkan informasi agar pegawai yang ada di perusahaan tersebut bisa bergabung menjadi nasabah Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

Adapun cara lain yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember yaitu dengan membuka Booth dalam beberapa event yang sedang berjalan di Jember, dengan begitu akan lebih banyak orang yang mengetahui dan lebih mengenal Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember. Dari situ, Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember bisa lebih luas memasarkan produk yang dimiliki.

¹²⁰ Abubakar Rusydi, Manajemen Pemasaran, 60-71.

2) Pemberian hadiah kepada nasabah

Dari pemaparan yang sudah diberikan, Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember sendiri dapat menjangkau beberapa nasabah melalui website, dan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember sendiri lebih sering melakukan kerjasama di beberapa perusahaan hasil dari rekomendasi nasabah yang sebelumnya sudah memiliki rekening di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.. sistem tersebut sering disebut oleh beberapa karyawan dengan selalu memberikan referral yang dimaksud di sini adalah dari nasabah yang sudah pernah dibukakan rekening sebelumnya memberikan informasi kepada nasabah lainnya untuk juga bergabung ke dalam Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember, serta memilih untuk kemana nasabah akan menabung dari beberapa jenis tabungan yang terdapat di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

3) Media Promosi

Media promosi yang sering digunakan sebagai alat pemasaran berupa website yang di dalamnya sudah tercantum banyak produk yang sudah dijabarkan secara detail dan di dalamnya sering dilakukannya update yang bertujuan untuk memberikan informasi lebih terhadap apa saja yang akan diberikan kepada masyarakat seperti bunga yang akan diberikan di beberapa tabungan serta mengupdate fasilitas-

fasilitas apa saja yang diberikan sertakeuntungan jika mengambil salah satu jenis tabungan yang ada di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

4) Penentuan produk yang sesuai untuk nasabah

Kecocokan antara produk yang ditawarkan dengan kebutuhan nasabah bisa meningkatkan minat nasabah untuk menginvestasikan dananya pada salah satu produk yang cocok dengan yang ditawarkan sebelumnya. Dengan melihat segmentasi pasar Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember bisa melihat kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat di luar sana.

5) Evaluasi dan pengembangan produk

Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember juga sering melakukan pengembangan atau evaluasi dari beberapa produk yang dimiliki agar dapat bersaing dengan produk-

produk perbankan yang ada di wilayah Jember, yaitu dengan cara melihat dan mengamati apa yang menjadi kelemahan dari produk bank lain, Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember cenderung memberikan apa yang menjadi kelemahan produk bank lainnya. Namun tidak dapat menutup kemungkinan produk yang diberikan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember tidak lebih baik dari produk bank lainnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sutisna bahwa promosi untuk produk yang dibeli berdasarkan kebiasaan seharusnya sesering mungkin untuk mengingatkan konsumen dengan cara menginformasikan keberadaan suatu produk, menjelaskan cara kerja suatu produk, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan. Dan menurut teori suprpto dalam pengertian Abubakar Rusyidi menyatakan bahwa seorang pelanggan yang loyal akan membicarakan hal-hal yang bagus tentang produk atau perusahaan yang menjualnya.¹²¹

e. *People* (Orang)

Masyarakat merupakan aktor yang memegang peranan penting dalam bisnis karena dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Segala sikap dan tindakan karyawan, termasuk cara berpakaian dan penampilan karyawan, mempunyai dampak atau keberhasilan terhadap penjualan produk. Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa karyawan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember juga mempunyai peranan yang penting, namun yang utama adalah bagian pemasaran harus mengetahui cara mengelolanya dan menjelaskan produknya sebaik mungkin bagi calon pelanggan dan menjawab apa yang tidak mereka pahami.

¹²¹ Sutisna, *Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasarann* (Bandung: Rosdakarya, 2002), 299.

Hal ini sudah diaplikasikan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember Bank melakukan dengan cara memberikan pendidikan kepada pegawai untuk membentuk karakter dan juga pengenalan produk tabungan yang akan ditawarkan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember khususnya. Pada produk tabungan dalam menarik minat calon nasabah karyawan tentunya juga harus ulet dan bekerja keras serta memiliki semangat yang tinggi agar mencapai target yang maksimal dalam memasarkan produk.

Hasil temuan diatas sesuai dengan teori dari Nirwana, *people* adalah orang yang memiliki andil dalam memberikan atau menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Dalam penelitian ini karyawan berperan aktif dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. seperti yang dikemukakan oleh Kotler semakin positif kinerja yang diberikan kepada konsumen semakin baik pula dampaknya dalam melakukan keputusan pembelian.¹²²

f. *Process* (Proses)

Berdasarkan wawancara, dokumentasi dan observasi yang diuraikan di atas, penulis menemukan bahwa karakteristik proses Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember adalah kecepatan, kemudahan, ketepatan dan tanggap terhadap keluhan nasabah. Oleh

¹²² Ryan Nugroho dan Edwin Japarianto, 2013, "Pengaruh *People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price dan Place* Terhadap Kunjungan Di Kafe Coffee Cozies Surabaya", Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol 1, No.2, 1-9.

karena itu, diperlukan keterampilan dan ketelitian untuk mempertimbangkan permintaan masyarakat dan memprediksi perbaikan di masa depan. Tujuan dari strategi proses adalah menemukan cara untuk menghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan spesifikasi produk dalam batasan biaya. Dalam menjalankan proses penjualan, karyawan harus bertindak profesional. Dalam hal ini para profesional harus tepat, fokus penuh dan jelas dalam komunikasinya sesuai dengan apa yang tersedia dari proses manajemen bisnis.

Hasil temuan diatas sesuai dengan teori menurut Wardana proses merupakan gabungan semua aktivitas yang umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.¹²³

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan penawaran berupa ciri-ciri fisik yang terlihat oleh konsumen, seperti seragam karyawan, kualitas komunikasi, ruang tunggu, bentuk bangunan yang bagus, yang berperan penting dalam membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Berdasarkan wawancara, dokumentasi dan observasi yang diuraikan di atas, penulis menemukan bahwa Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember menggunakan strategi

¹²³ Azhar Harry, "Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang Dan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus PT. JNE Express Cabang Ulama Kota Bandar Lampung)", (Skripsi fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Radental Lampung, 2017), 1.

bukti fisik dengan menggunakan teori bauran pemasaran, buktinya penempatan produk sangat berkualitas, lokasi strategis, pegawai mempunyai seragam yang sesuai, kebersihan menjadi prioritas, pencahayaan yang terang diterapkan oleh pihak perbankan. Hal ini membuat konsumen tertarik dan nyaman terhadap perusahaan tersebut.

Hasil temuan diatas sesuai dengan teori menurut Zeithaml dan Bitner bahwa bukti fisik suatu perusahaan jasa sangat memberi dukungan nyata terhadap pengalaman jasa yang diharapkan. Bukti fisik adalah suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

2. Hambatan dan Solusi yang terjadi pada Strategi Pemasaran Produk Tabungan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

a. Hambatan

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dalam proses memasarkan produk Tabungan terdapat kendala-kendala yang dihadapi, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Kurangnya sosialisasi kepada masyarakat.

Produk tabungan yang ditawarkan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember cukup banyak dan banyak yang

menguntungkan jika digunakan untuk berinvestasi, namun karena Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember yang lebih berfokus pada penyaluran dana pensiun kepada nasabah dan kurangnya pemberian informasi lebih atau sosialisasi kepada nasabah nasabah pensiun yang ada itu menjadikan salah satu hambatan untuk nasabah atau masyarakat lebih mengenal mengenai apa saja yang tabungan yang ada di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

2) Persaingan Produk antar bank

Banyaknya produk - produk bank yang beredar di masyarakat dan memiliki nilai jual dan kelebihan yang juga menarik bagi kalangan masyarakat, membuat pemasaran produk pada Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember harus dapat bersaing dengan bank yang lainnya dan menunjukkan keunggulannya untuk dapat menarik minat

masyarakat. Banyak juga produk bank lain yang dengan mudah diakses oleh masyarakat untuk dapat langsung bergabung menjadi nasabah dengan mudah, kemudahan tersebut kurang dimiliki oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember, sulitnya bank untuk membukakan rekening yang harus dengan datang ke bank atau bank yang mendatangi masyarakat itu sudah sangat tertinggal dengan bank yang sekrng sudah menggunakan pendaftaran nasabah baru yang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

hanya dengan aplikasi saja.

- 3) Minimnya pengetahuan masyarakat terhadap produk Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

Seperti yang dijelaskan pada poin pertama bahwa kurangnya sosialisasi mengakibatkan masyarakat kurang mengerti bahwa produk yang ada di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember tidak banyak sebagai tempat untuk menyalurkan dana pensiun saja, hal tersebut juga dipengaruhi oleh masyarakat yang datang ke bank hanya untuk mengambil dana pensiun tanpa ingin mengetahui lebih jauh apa saja produk yang ditawarkan lainnya.

- 4) Alat pemasaran yang kurang

Proses pemasaran produk tabungan Bank Woori Saudara yang di terapkan saat ini untuk menarik minat masyarakat cenderung kurang memiliki dampak yang signifikan untuk masyarakat mengambil keputusan memilih produk tabungan mana yang cocok untuk menginvestasikan dana mereka. Yang mengakibatkan masyarakat hanya mengetahui bahwa Bank Woori Saudara hanya sebagai sarana untuk menyalurkan dana pensiun saja.

- 5) Media promosi yang kurang bisa diakses oleh semua masyarakat

Media promosi yang digunakan saat ini pada Bank

Woori Saudara Kantor Cabang Jember cenderung susah diakses oleh beberapa masyarakat terutama yang sudah berusia lanjut, mereka sulit karena kurangnya pengetahuan mereka dengan teknologi yang ada sekarang. Karena nasabah Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember cenderung banyak pensiunan yang sudah lanjut usia, memungkinkan mereka tidak mengerti dengan produk tabungan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember, mereka cenderung hanya mengetahui bahwa Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember hanya untuk mengambil dana pensiun saja.

b. Solusi

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember ada beberapa hal yang bisa ditingkatkan dari pemasaran yang telah dilakukan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

1) Meningkatkan sosialisasi pengenalan produk Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

Pihak dari *funding officer* terjun langsung ke masyarakat dan menawarkan produk tabungan dengan menjelaskan kelebihan serta keunggulan pada produk-produk tabungan yang ditawarkan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember. Salah satunya dengan mendatangi rumah

nasabah yang sudah memiliki kerjasama dengan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember atau nasabah yang memiliki usaha dan didalamnya terdapat karyawan yang bekerja disana, jadi *funding officer* lebih mudah menawarkan produk tabungan sekaligus membukakan tabungan. Penyiaran di radio juga telah dilakukan *funding officer* untuk bersosialisasi dengan masyarakat. Dengan begitu masyarakat lebih mengenal produk tabungan apa saja yang ada di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember.

- 2) Meningkatkan kualitas produk tabungan untuk dapat bersaing dengan bank lainnya.

Dengan memberikan bunga yang tinggi atau kelebihan dengan memperkenalkan produk tabungan yang memiliki biaya administrasi Rp.0, sering digunakan untuk dapat bersaing dengan produk yang ditawarkan dengan bank lainnya.

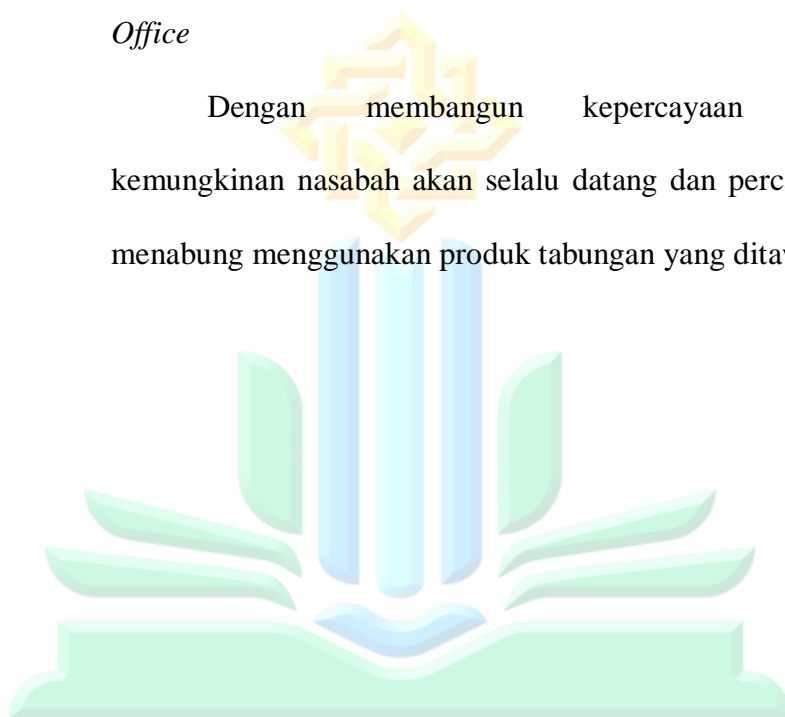
- 3) Meningkatkan alat promosi

Alat promosi seperti media sosial bisa ditingkatkan untuk menarik minat masyarakat terhadap produk tabungan Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember, kemajuan zaman saat ini memudahkan masyarakat untuk dapat mengenal produk tabungan dan dapat memilih sendiri produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan, Bank Woori Saudara

Kantor Cabang Jember harus lebih aktif lagi dalam mempromosikan produk tabungannya melalui media elektronik. Dengan begitu, masyarakat bisa lebih mengenal lagi produk tabungan yang ditawarkan

- 4) Meningkatkan kepercayaan antar nasabah dengan *Funding Office*

Dengan membangun kepercayaan nasabah, kemungkinan nasabah akan selalu datang dan percaya untuk menabung menggunakan produk tabungan yang ditawarkan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

B. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sulva Ulin Nuha

NIM : E20191053

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk dan Jasa dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember”** tidak terdapat unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan ada nada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun

Jember, 27 November 2023

Penyusun



Sulva Ulin Nuha

NIM. E20191053

D. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-900 /Un.22/7.a/PP.00.9/05/2023
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

17 Mei 2023

Kepada Yth.

Kepala Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember
Jl. Gajah Mada No.301 Kaliwates, Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Sulva Ulin Nuha
NIM : E20191053
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu



E. Surat Keterangan Selesai Penelitian

Surat Keterangan Selesai Penelitian

Nomor : 40/B.W.S.-PG./J.MR./XI/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Chairul Arief
Jabatan : Kepala Operasional

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Sulva Ulin Nuha
NIM : E20191053
Program studi/Fakultas : Perbankan Syariah/Ekonomi dan Bisnis Islam
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah menyelesaikan kegiatan penelitian yang dilakukan di PT Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk dan Jasa Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember."

Demikian surat ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 03 November 2023
BANK WOORI SAUDARA KC JEMBER



Chairul Arief
Kepala Operasional

F. Jurnal Kegiatan Penelitian

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Tanggal	Kegiatan	Paraf
1	17 Mei 2023	Peneliti mengantarkan surat izin penelitian di PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember	A
2	19 Mei 2023	Peneliti melakukan wawancara di PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember	A
3	21 Juli Mei 2023	Peneliti melakukan wawancara di PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember	A
4	16 Agustus 2023	Peneliti melakukan wawancara di PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember	A
5	02 November 2023	Peneliti melakukan wawancara di PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember	A
6	03 November 2023	Peneliti meminta surat selesai penelitian di PT. Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dan berterima kasih telah di izinkan melakukan penelitian skripsi	A

Jember, 03 November 2023

Staff SDM Umum



Aris Yuniardi

G. Dokumentasi Penelitian



Bersama Bapak Chairul Arief selaku Kepala Operasional Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember



Wawancara bersama Ibu Sri Yeni Afriyani Dewi selaku *Staff Marketing Funding* Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember



Wawancara bersama Bapak Aris Yuniardi Susanto selaku *Staff* SDM Umum
Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember



Wawancara bersama Ibu Yulia Rafelia Saputri selaku *Staff* Customer Relation
Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember



Wawancara bersama Ibu Kusmini Mujiwati selaku Nasabah
Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember



Wawancara bersama Vinda Charisma Welbianti selaku Nasabah
Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

H. Surat Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos. 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febic@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-39.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Sulva Ulin Nuha
NIM : E20191053
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Produk dan Jasa dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 29 November 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahri Mulyadi



I. Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>




SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Sulva Ulin Nuha
NIM : E20191053
Semester : IX (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 29 November 2023
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,


Ana Pratiwi, M.S.A.
NIP. 198809232019032003



J. Biodata Penulis

BIODATA PENULIS



A. DATA DIRI

Nama : Sulva Ulin Nuha
NIM : E20191053
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 27 Agustus 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jalan MH. Thamrin no.133, Dusun Ajung
Wetan, Kecamatan Ajung Kabupaten
Jember
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan
Syariah
Nomor HP : 0857 8544 3461
Email : sulvailinnuha766@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

TK Anggrek (2005-2007)
SDN 01 Ajung (2007-2013)
MTs Al-Azhar (2013-2016)
MAN 01 Jember (2016-2019)
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2019-2023)