

**IMPLEMENTASI STRATEGI DIFERENSIASI PADA
PRODUK TABUNGAN SIMPEDES DALAM
MENCAPAI *COMPETITIVE ADVANTAGE*
DI BRI CABANG JEMBER**

SKRIPSI



Oleh

**Endah Hambarwati
NIM : 212105010048**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025**

**IMPLEMENTASI STRATEGI DIFERENSIASI PADA
PRODUK TABUNGAN SIMPEDES DALAM
MENCAPAI *COMPETITIVE ADVANTAGE*
DI BRI 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
Program studi Perbankan Syariah



Oleh

**Endah Hambarwati
NIM : 212105010048**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025**



**IMPLEMENTASI STRATEGI GENERIK PADA
PRODUK TABUNGAN SIMPEDES DALAM
MENCAPAI *COMPETITIVE ADVANTAGE*
DI BRI 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
Program studi Perbankan Syariah

Oleh

Endah Hambarwati
NIM : 212105010048

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

Dosen Pembimbing:

Dr. Hj. Khairunnisa Musari S.T., M.MT.
NIP. 197810032015032001



**IMPLEMENTASI STRATEGI DIFERENSIASI PADA
PRODUK TABUNGAN SIMPEDES DALAM
MENCAPAI *COMPETITIVE ADVANTAGE*
DI BRI CABANG JEMBER**

SKRIPSI

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

Hari : Selasa
Tanggal : 17 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua

Dr. Nikmatul Masrurroh M.E.I
NIP. 198209222009012005

Sekretaris

Suprianik, S.E., M.Si
NIP. 198404162019032008

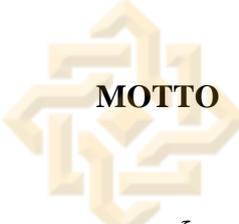
Anggota:

1. Dr. Sofiah M.E
2. Dr. Hj. Khairunnisa Musari S.T., M.MT. (

Menyetujui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

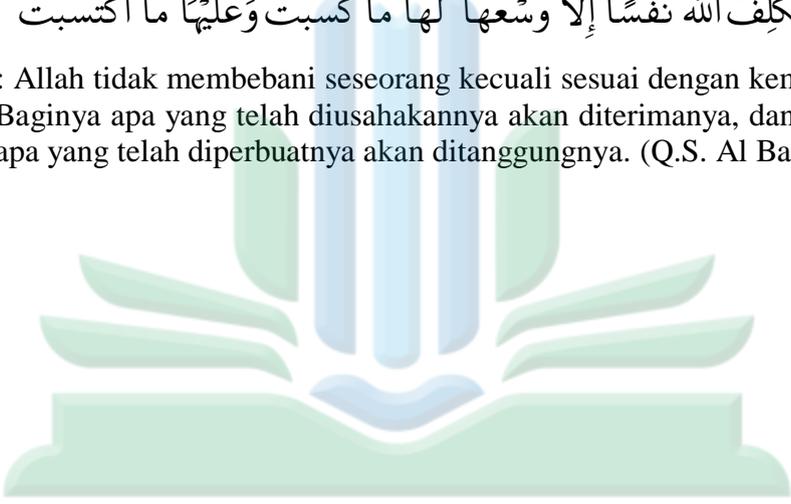
Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261006031001



MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ^٢

Artinya: Allah tidak membebani seseorang kecuali sesuai dengan kemampuannya. Baginya apa yang telah diusahakannya akan diterimanya, dan bagi dirinya apa yang telah diperbuatnya akan ditanggungnya. (Q.S. Al Baqarah: 286).¹



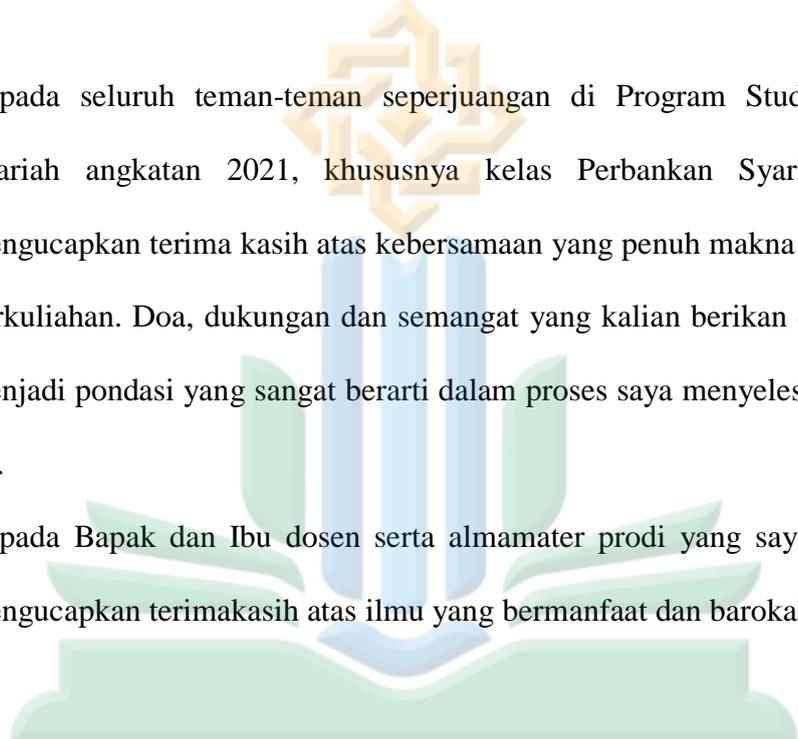
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Cordoba, 2020), 286.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah menjadi kata pembuka dari persembahan ini sekaligus sebagai bentuk rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur, peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Cinta pertama dan panutanku serta pintu surgaku yaitu Ayah kandung saya Supandi serta Ibu Rohayu. Terimakasih sebesar-besarnya kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, motivasi dan doa yang tak pernah putus untuk saya selama ini. Terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati ayah dan ibu mendidik, memberi nasehat dan menjadi pengingat paling kuat untuk saya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan kepada saya selama ini. *Aamiin Ya Rabbal'alamin.*
2. Kakak kandung sekaligus kakak ipar yang sudah saya anggap sebagai kakak kandung saya sendiri yang telah memberikan semangat dan yang selalu memberikan motivasi kepada saya.
3. Seluruh keluarga besarku, yang senantiasa mendoakan serta menjadi inspirasi demi keberhasilanku.
4. Kepada teman pada masa perkuliahan saya, Romziyeh, Safinatun Najah, Nabila Ainuz Z, dan Nurul Erda yang telah bersama saya di masa perkuliahan, terima kasih telah menjadi teman yang selalu mendukung dalam proses di masa perkuliahan saya, dan telah menciptakan kenangan yang tidak terlupakan selama proses perkuliahan.

- 
5. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan di Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2021, khususnya kelas Perbankan Syariah 3, saya mengucapkan terima kasih atas kebersamaan yang penuh makna selama masa perkuliahan. Doa, dukungan dan semangat yang kalian berikan dalam proses menjadi pondasi yang sangat berarti dalam proses saya menyelesaikan skripsi ini.
 6. Kepada Bapak dan Ibu dosen serta almamater prodi yang saya cintai saya mengucapkan terimakasih atas ilmu yang bermanfaat dan barokah.

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

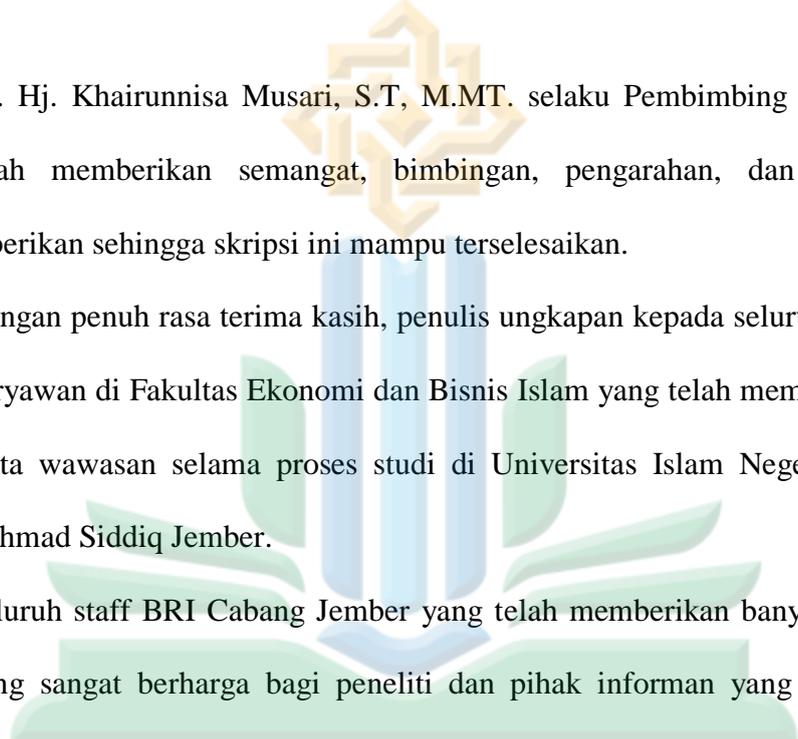
KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penyelesaian skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program Strata 1 dapat terselesaikan dengan lancar. Sholawat serta salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafaat dan hidayahnya.

Skripsi ini bukan akhir dari pencarian ilmu pengetahuan, akan tetapi menjadi langkah awal dari sebuah proses kehidupan untuk menjadi yang lebih baik. Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih 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. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I. M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Hj. Nurul Setianingrum S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta selalu Dosen Penasehat Akademik yang selama ini menjadi pembimbing dimasa perkuliahan, terima kasih telah memberikan arahan, dukungan serta motivasi yang sangat berarti.
5. Ana Pratiwi, M. S. A. selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

- 
6. Dr. Hj. Khairunnisa Musari, S.T, M.MT. selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan semangat, bimbingan, pengarahan, dan ilmu yang diberikan sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
 7. Dengan penuh rasa terima kasih, penulis ungkapan kepada seluruh dosen dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu serta wawasan selama proses studi di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 8. Seluruh staff BRI Cabang Jember yang telah memberikan banyak informasi yang sangat berharga bagi peneliti dan pihak informan yang memberikan kesempatan kepada peneliti.

Semoga petunjuk dan rahmat Allah SWT senantiasa menyertai semua pihak yang telah berkontribusi dengan sepuh hati, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan, sehingga penulis sangat menghargai setiap saran dan kritik yang bersifat membangun. Masukan tersebar akan menjadi bahan refleksi yang berharga untuk perbaikan di masa depan. Dengan harapan, skripsi ini tidak hanya memberikan manfaat bagi penulis, tetapi juga dapat menjadi sumber inspirasi dan pengetahuan yang berguna bagi setiap pembaca yang bersedia meluangkan waktu untuk mendalaminya.

Jember, 03 Juli 2024

Penulis

Endah Hambarwati

212105010048



ABSTRAK

Endah Hambarwati, Dr. Hj. Khairunnisa Musari S.T, M.MT. 2025
“Implementasi Strategi Diferensiasi Pada Produk Tabungan Simpedes Dalam Mencapai *Competitive Advantage* di BRI Cabang Jember”

Kata Kunci: Strategi Diferensiasi, Tabungan Simpedes, *Competitive Advantage*.

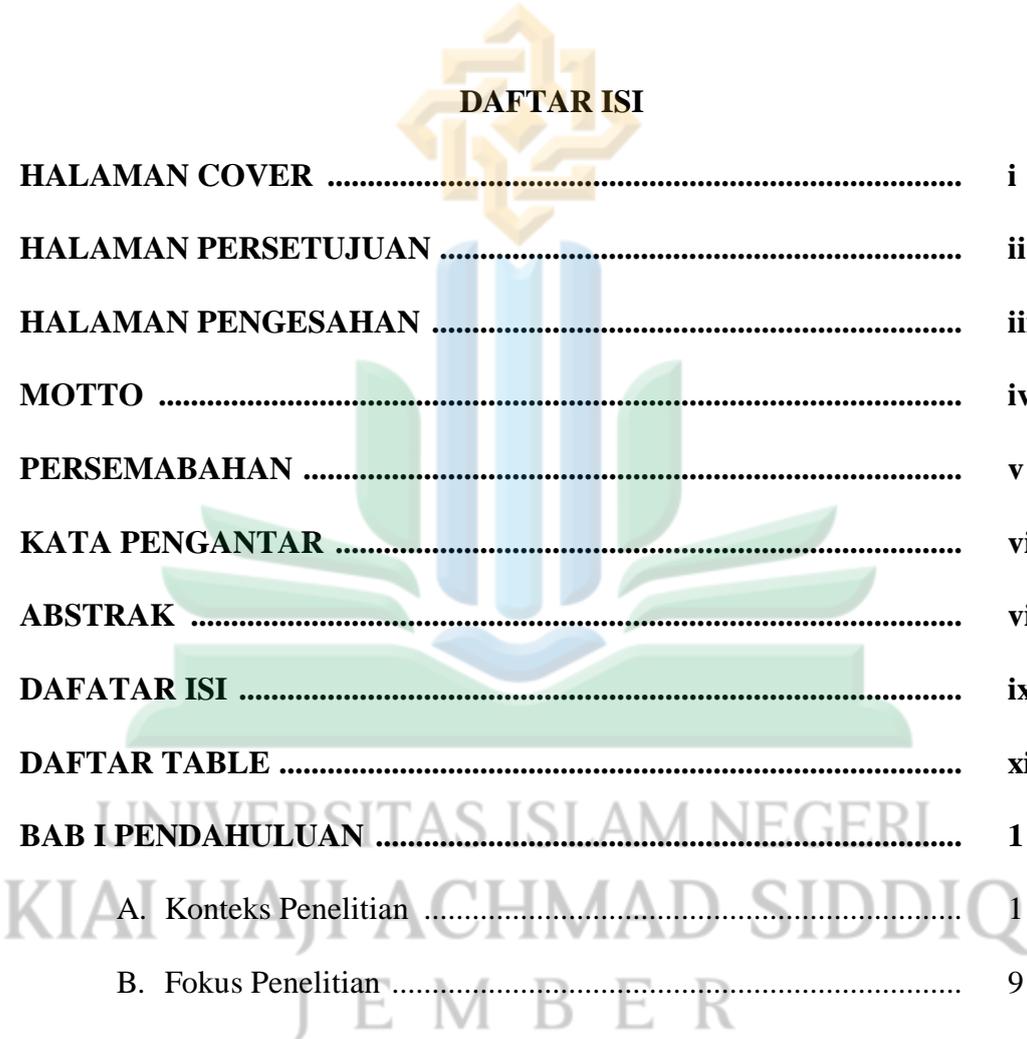
Didalam perkembangan perbankan di Indonesia yang semakin mengalami kemajuan baik dari salah satu sektor perindustriannya, dan pemasarannya yang terdapat dalam perusahaan tersebut harus mengikuti perubahan atau menyesuaikan dengan pasar sehingga dapat mendukung terhadap kemajuan perusahaan. Persaingan dalam industri perbankan menuntut setiap lembaga keuangan untuk mengembangkan strategi yang tepat guna mempertahankan keunggulan dan mencapai keunggulan bersaing. Sehingga dengan adanya strategi diferensiasi maka tabungan Simpedes mempunyai inovasi terhadap produknya. Oleh karena itu setiap lembaga keuangan harus memiliki strategi yang mampu untuk bersaing.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi adalah: 1) Apa saja faktor yang menjadi keunggulan produk tabungan Simpedes ? 2) Bagaimana implementasi strategi diferensiasi yang diterapkan pada produk tabungan Simpedes di BRI Cabang Jember?

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi keunggulan produk tabungan. 2) Untuk memahami implementasi strategi diferensiasi yang diterapkan pada produk tabungan Simpedes di BRI Cabang Jember.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode melakukan penelitian langsung berupa wawancara untuk mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan serta pada keabsahan data menggunakan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini 1) Faktor yang menjadi keunggulan produk tabungan Simpedes yaitu adanya fitur dan program guna untuk nilai tambah dari produk tabungan Simpedes, strategi pemasaran yang bagus, serta cara mempertahankan *competitive advantage* dalam sektor perbankan. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh hasil yang baik dalam proses keunggulan produk. 2) Implementasi diferensiasi pada produk tabungan Simpedes BRI Cabang Jember ialah menerapkan strategi diferensiasi. Hal tersebut dapat dilihat dari segi produk yang diproduksi mampu memiliki nilai keunikan dan keunggulan produk dibandingkan dengan pesaing lainnya. Dengan mempunyai program khusus yaitu adanya kupon hadiah dengan cara menabung sebanyak- banyaknya di BRI Cabang Jember.



DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABLE	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah	11
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kajian Teori	32
1. Strategi Generik	32
2. <i>Competitive Advantage</i>	38

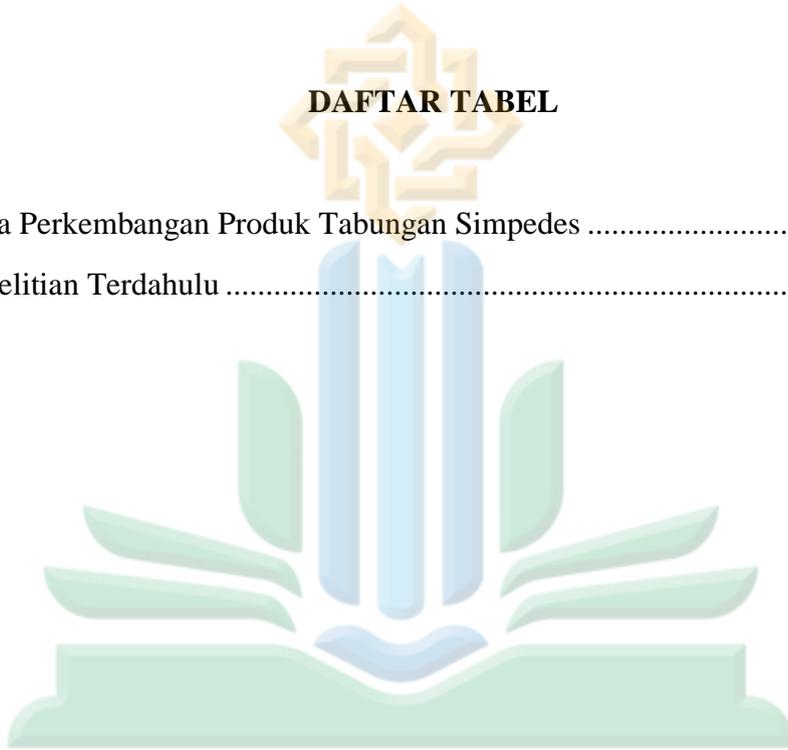
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	46
B. Lokasi Penelitian	46
C. Subjek Penelitian	47
D. Teknik Pengumpulan Data	48
E. Analisis Data	50
F. Keabsahan Data	52
G. Tahap-tahap Penelitian	53
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	55
A. Gambaran Objek Penelitian	55
B. Penyajian Data dan Analisis	69
C. Pembahasan Temuan	85
BAB V PENUTUP	92
A. Simpulan	92
B. Saran-saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94

Lampiran-lampiran

1. Matrik Penelitian
2. Pernyataan Surat Keaslian Tulisan
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Permohonan Izin Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan Penelitian
7. Dokumentasi
8. Biodata

DAFTAR TABEL

1.1 Data Perkembangan Produk Tabungan Simpedes	6
2.1 Penelitian Terdahulu	28



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



DAFTAR GAMBAR

4.1 Struktur Organisasi BRI Cabang Jember	60
4.2 Produk Tabungan Simpedes.....	71
4.3 Dokumentasi Bukti Fisik Melalui Aplikasi Mobile Banking	74
4.4. Dokumentasi Promosi Produk dengan Program Tabungan Simpeses .	75
4.5 Program Tabungan Simpedes	79
4.6 Tampilan Buku Tabungan Simpedes	81
4.7 Strategi Diferensiasi BRI Cabang Jember.....	87

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



BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari, sebagai hasil dari dorongan para pelaku industri untuk meraih posisi yang paling menguntungkan di pasar. Hal ini bukan hanya berkaitan dengan hasrat unruk meraih keunggulan, tetapi juga penting untuk memastikan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Dalam konteks strategi kemenangan adalah segalanya. Namun, perlu didasarkan pada suatu pemikiran bahwa strategi memerlukan konsep, kerangka kerja dan yang bisa digunakan untuk menjalankan dan menyusun strategi secara efisien. Dengan demikian maka tujuan dari pada strategi adalah membantu untuk *competitive advantage*. Kesuksesan usaha terutama dalam sektor perbankan dihasilkan dari strategi yang dilakukan dengan baik dan dijalankan secara efisien.²

Dalam menjalankan bisnis di industri perbankan pastinya terdapat persaingan usaha antar bank. Masing-masing bank dalam melaksanakan fungsinya melakukan usaha untuk memperoleh *competitive advantage* dengan cara menciptakan produk-produk perbankan yang menarik masyarakat maupun dengan cara melakukan atau meningkatkan pelayanan kepada para nasabahnya. Kesuksesan suatu bank dalam memasarkan produk-produknya tergantung pada bank tersebut dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan

² Haris Santoso, "Analisis Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*) dalam Perspektif Ekonomi Islam," *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 8, no. 2 (2022): 153.

usaha mengelola serta bank menawarkan beberapa fasilitas. Setiap bank harus tanggap serta berupaya mendapatkan nasabah melalui pelayanan yang baik agar mampu bersaing dalam usaha. Dalam hal ini ketepatan dan kecepatan pelayanan dengan baik yang akan mempertahankan nasabah kepada bank tersebut.³

Salah satu strategi dalam strategi bisnis yaitu strategi generik, strategi ini sering digunakan oleh perusahaan untuk dapat bersaing dalam industri sejenis maupun berbeda jenis. Strategi generik bertujuan untuk menciptakan posisi yang menguntungkan dan menciptakan kekuatan pada perusahaan industri. Strategi generik yang ditetapkan selanjutnya digunakan untuk menetapkan hal-hal yang berkaitan dengan perencanaan, perumusan dan pengimplementasian pada kegiatan operasional, sehingga pengusaha perusahaan mempunyai arah dan tujuan yang jelas. Secara global teori strategi generik adalah sebuah landasan untuk meningkatkan daya saing yang kompetitif diantaranya yakni strategi biaya rendah, strategi diferensiasi dan strategi fokus.⁴

Strategi diferensiasi adalah sebagai strategi bisnis dengan menawarkan produk (barang/jasa) yang berbeda dari kompetitor. Strategi diferensiasi dapat menarik, bila mana kebutuhan dan preferensi pembeli sangat dibutuhkan untuk memuaskan atau suatu produk dan jasa yang telah di standarisasikan yaitu

³ Windi Febriani, "Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Berbasis Teknologi Informasi Pada Era Digital," *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3, no. 1 (2024): 218.

⁴ Nikmatul Masruroh dan Nupurmasiyah, *Dialog Ekonomi Islam dan Pemikiran Michael E. Porter: Studi Komparasi Model Pengembangan Produk* (Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiqiq (UIN KHAS) Press, 2022), 3.

upaya menjaga kualitas produk⁵ Strategi ini memungkinkan perusahaan menciptakan produk atau layanan unik yang menawarkan nilai tambah lebih tinggi kepada para pelanggan, sehingga membedakan diri dari pesaing dan menciptakan loyalitas konsumen yang lebih kuat.⁶ Strategi diferensiasi adalah berfokus pada penciptaan produk atau layanan yang unik dan bernilai tinggi bagi konsumen, sehingga memberikan keunggulan dibandingkan dengan pesaing. Perusahaan yang berhasil dalam menerapkan strategi ini mampu menawarkan sesuatu yang berbeda, seperti kualitas produk yang lebih baik, layanan pelanggan yang unggul atau inovasi yang berkelanjutan. Hal ini tidak hanya menarik pelanggan, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.⁷

Dalam konteks industri perbankan, BRI salah satu bank terbesar di Indonesia, dalam menghadapi persaingan yang ketat baik dari sesama bank konvensional maupun lembaga keuangan digital. BRI merupakan salah satu unit kerja BRI yang diharapkan memiliki strategi agar dapat bersaing dengan bank kompetitor di lingkungan masing-masing. Banyaknya industri perbankan konvensional membuat persaingan semakin ketat karena disebabkan oleh banyaknya produk yang dihadirkan oleh masing-masing bank. Untuk mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar, BRI perlu terus mengembangkan dan menerapkan strategi yang inovatif, termasuk strategi diferensiasi. Implementasi strategi ini dapat dilakukan melalui peningkatan

⁵ Ali Hasan, *Marketing Dan Kasus-kasus* (Yogyakarta: Chaps, 2013), 168.

⁶ Maulidatul Nikmah dan Siswahyudianto, "Strategi Diferensiasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif pada UMKM," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani* 4, no.1 (2022): 67.

⁷ Diana Vimalakirti Chow et al., "Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dengan Memilih Strategi Tingkat Bisnis yang Tepat," *Public Service and Governance Journal* 4, no.1 (2023): 120.

kualitas layanan digital, pengembangan produk-produk perbankan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, serta peningkatan layanan nasabah yang personal dan cepat.⁸

BRI sebagai salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia yang mempunyai strategi pemasaran tersendiri dalam penghimpunan dana, termasuk pada BRI Cabang Jember menerapkan beberapa produk salah satunya yaitu produk tabungan dengan berbagai jenis tabungan. Dalam produk tabungan yang memiliki nasabah terbanyak yang diminati yaitu tabungan Simpedes. Tabungan Simpedes sendiri mudah dijangka pada nasabah dan dilayani diseluruh unit kerja dengan jumlah setoran awal hanya Rp50.000.⁹ BRI menjalankan usahanya melalui divisi bisnis mikro, ritel, bisnis umum dan internasional fokus bisnis yang kuat dalam menempatkan bank terbesar dan pertama dari penyaluran kredit dalam menghadapi persaingan antar bank yang semakin ketat.¹⁰

BRI menerapkan strategi diferensiasi dalam menghadapi persaingan di industri perbankan, di mana BRI berupaya membedakan diri dengan menawarkan layanan dan produk yang memiliki nilai tambah serta inovasi yang tidak dimiliki oleh pesaing. Sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, BRI berfokus pada pengembangan teknologi digital, pelayanan personal, serta peningkatan fitur layanan pada segmen-segmen tertentu seperti

⁸ Samsuri, "Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk pada Bank Syariah Indonesia," *RIBHUNA Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2022): 40.

⁹ Gerald, diwawancara oleh Penulis, Jember, 27 Februari 2025.

¹⁰ Hadi Purwanto, "Strategi Pemasaran Produk Simpanan BRI BritAma Junio dalam Menghimpun Dana Masyarakat pada BRI Cabang Bintaro," *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis* 9, no. 2 (2020): 75.

usaha mikro, kecil, dan menengah yang menjadi keunggulan kompetitifnya. Namun demikian, penerapan strategi diferensiasi ini tidak lepas dari sejumlah tantangan yang dapat menjadi fokus penelitian yang menarik. Salah satu permasalahan utama adalah bagaimana BRI terus menjaga keseimbangan antara inovasi dan kebutuhan pasar yang dinamis, serta bagaimana bank ini dapat mempertahankan keunikan layanannya di tengah persaingan yang semakin ketat.

BRI mempunyai sejumlah cabang di Indonesia salah satunya di Kabupaten Jember atau bisa disebut BRI Cabang Jember yang terletak di Jl. Ahmad Yani No.1, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Peneliti memilih BRI Cabang Jember dengan dua alasan. Pertama, cabang ini adalah satu-satunya kantor cabang di Kabupaten Jember yang mampu menyediakan informasi dengan tingkat kelengkapan dan akurasi. Kedua, lokasi ini juga memiliki tingkat aksesibilitas yang baik, memberikan kemudahan bagi peneliti untuk mengumpulkan data dan melakukan observasi lapangan, selain itu BRI sudah dikenal di lingkungan masyarakat. Ketiga BRI Cabang Jember memiliki program yang membedakan dari BRI lain dalam jumlah nasabah yang menabung di BRI Cabang Jember memiliki peningkatan terhadap tabungan Simpedes. Hal ini menjadi dasar ketertarikan peneliti untuk mengeksplorasi lebih dalam bagaimana strategi diferensiasi yang diterapkan BRI Cabang Jember.

Perkembangannya produk tabungan Simpedes BRI Cabang Jember mengalami peningkatan namun masih fluktuatif. Pada tahun 2020 terjadi

Penurunan jumlah nasabah baru tidak terlepas dari dampak pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia termasuk di Indonesia yang tentunya juga menghambat Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember dalam memasarkan produk yang dimiliki khususnya pada produk Tabungan Simpedes. Saat ini nasabah tabungan Simpedes sebanyak 56.000 ribu orang, dapat diketahui bahwa tahun 2025 jumlah nasabah BRI Kantor Cabang Jember terjadi peningkatan secara progresif.¹¹ Faktor tersebut terjadi karena adanya strategi promosi produk ke seluruh wilayah dan perolehan penghargaan atas diraihnya pencapaian kinerja BRI. Tantangan yang dihadapi Bank Rakyat Indonesia. Kantor Cabang Jember dalam mempromosikan produk tabungan Simpedes BRI tidak hanya berasal dari tantangan juga muncul dari faktor lain seperti masih minimnya pengetahuan dan ketertarikan masyarakat terhadap produk serta ketatnya persaingan yang terjadi dengan para kompetitor yang memiliki produk dengan segmentasi serupa dengan produk Tabungan BRI lainnya. Berdasarkan data perbankan tahun 2023-2025, meningkatkan jumlah minat nasabah membuka tabungan Simpedes perumbuhannya sangat cepat. Hal ini bisa dibuktikan dari tabel dibawah ini.

Tabel 1.1
Data Perkembangan Produk Tabungan Simpedes
Tahun 2023-2025

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2023	49.800
2.	2024	53.402
3.	2025	56.000

Sumber : BRI Cabang Jember

¹¹ Gerald, diwawancara oleh Penulis, Jember, 27 Februari 2025.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa perkembangan produk Tabungan Simpedes dari BRI Cabang Jember pada tahun 2023, jumlah nasabah baru Tabungan Simpedes mencapai 49.800 orang. Dilihat dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2023-2025 terjadi peningkatan jumlah nasabah secara progresif. Hal ini didorong oleh pelaksanaan strategi promosi yang menyeluruh ke berbagai wilayah serta perolehan penghargaan atas kinerja BRI yang semakin baik. Tantangan yang dihadapi BRI Cabang Jember dalam mempromosikan produk Tabungan Simpedes minimnya pengetahuan dan ketertarikan masyarakat terhadap produk serta tingginya persaingan dengan kompetitor yang menawarkan produk tabungan serupa. Oleh karena itu, BRI Cabang Jember harus terus mengoptimalkan strategi promosi untuk produk Tabungan Simpedes. Dengan begitu, produk Tabungan Simpedes dapat lebih dikenal dan diminati masyarakat, sehingga berdampak positif pada peningkatan jumlah nasabah dan pencapaian target yang telah ditetapkan oleh BRI Kantor Cabang Jember. Setiap tahun, bank ini dapat terus mengenalkan produk maupun jasa yang dimiliki kepada masyarakat agar semakin dikenal dan dipahami, serta meningkatkan daya tarik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

Namun semakin berkembangnya sektor perbankan di Indonesia diperlukan adanya strategi untuk menghadapi persaingan yang dari waktu ke waktu semakin meningkat salah satunya di Bank BRI Kantor Cabang Jember khususnya pada produk tabungan. Pentingnya melakukan strategi dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk

atau jasa dikarenakan dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat itu sendiri. Dalam melakukan strategi suatu perusahaan memiliki target dan tujuan yang hendak dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama produk yang baru di luncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis. Hal ini dilakukan agar nasabah mengetahui dan berminat untuk mengambil produk yang ditawarkan sesuai kebutuhannya.

Produk tabungan Simpedes merupakan salah satu produk unggulan dari BRI Cabang Jember yang dirancang khusus untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama di wilayah pedesaan dan pelosok. Keunggulan utama dari Simpedes terletak pada kemudahan akses dan proses pembukaan rekening yang sederhana. Selain itu, Simpedes menawarkan jaringan pelayanan yang luas melalui unit-unit BRI di seluruh Indonesia, sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Fitur lainnya yang menjadi nilai tambah adalah adanya program undian berhadiah rutin seperti panen hadiah Simpedes dan program gempita dengan ketentuan saldo dalam menabung. Hal ini dapat menarik minat nasabah untuk menabung secara konsisten. Dengan biaya administrasi yang relatif rendah dan ketersediaan layanan digital seperti BRImo dan ATM BRI, tabungan Simpedes menjadi pilihan yang kompetitif dibandingkan produk tabungan sejenis dari bank lain, karena mampu menggabungkan kemudahan, keamanan, dan keuntungan dalam satu produk.¹²

¹² Gerald, diwawancara oleh Penulis, Jember 17 Maret 2025.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Strategi Diferensiasi pada Produk Tabungan Simpedes Dalam Mencapai *Competitive Advantage* Di BRI Cabang Jember”**.

B. Fokus Penelitian

Dari uraian konteks penelitian diatas, dapat diambil beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Apa saja faktor yang menjadi keunggulan produk tabungan Simpedes ?
2. Bagaimana implementasi strategi diferensiasi yang diterapkan pada produk tabungan Simpedes di BRI Cabang Jember?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi keunggulan produk tabungan Simpedes.
2. Untuk memahami implementasi strategi diferensiasi yang diterapkan pada produk tabungan Simpedes di BRI Cabang Jember.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian memberikan kontribusi pada teori manajemen dengan menganalisis penerapan strategi generik diferensiasi dalam konteks perbankan. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana bank dapat menghadapi tantangan perubahan dalam

konteks regulasi, teknologi dan lingkungan bisnis dinamis. Hasil penelitian ini dapat mengonfirmasikan bagaimana mempertahankan *competitive advantage* dan mempertahankannya.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi peneliti

Pengembangan kemampuan analisis dengan artian peneliti mengembangkan kemampuan analisis dalam menganalisis dan menginterpretasi data serta merumuskan rekomendasi praktis. Pengalaman penelitian dengan artian peneliti akan memperoleh pengalaman dalam merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi penelitian di lapangan.

b. Manfaat bagi instansi

Hasil penelitian dapat memberikan panduan praktis tentang bagaimana implementasi strategi generik diferensiasi dalam mencapai *competitive advantage* pada BRI, termasuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan. Implementasi yang efektif dari rekomendasi penelitian dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan adaptabilitas BRI Cabang Jember menghadapi persaingan dan keberhasilan dalam mengelola perubahan dapat membangun kepercayaan nasabah, pemegang saham dan masyarakat terhadap lembaga.

c. Manfaat bagi keseluruhan

Implementasi strategi generik diferensiasi yang sukses dapat meningkatkan persaingan. Dengan meningkatnya kualitas layanan, masyarakat dapat lebih tertarik untuk menggunakan layanan ini. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi pada pengembangan teori manajemen dan literatur perbankan konvensional tetapi juga memiliki implikasi praktis yang signifikan bagi peneliti, instansi terkait, dan masyarakat secara keseluruhan.

E. Definisi Istilah

1. Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah strategi bisnis dengan menawarkan produk (barang/jasa) yang berbeda dari kompetitor. Strategi diferensiasi dapat menarik, bila kebutuhan dan preferensi nasabah sangat dibutuhkan untuk memuaskan atau suatu produk dan jasa yang telah di standardisasikan.¹³ Strategi diferensiasi produk lebih menekankan keunggulan produk, pengembangan serta pengenalan produk baru ke pangsa pasar dengan tujuan untuk menemukan keunikan tersendiri terhadap produknya. Pencapaian strategi ini ditekankan pada keunikan produk, tambahan fitur, kenyamanan, dan tambahan lainnya pada produk agar sulit ditiru oleh pesaing. Porter mengemukakan bahwa strategi diferensiasi fokus pada pembuatan produk, penawaran serta pelayanan yang unik kepada pelanggan. Dalam menggunakan strategi diferensiasi

¹³ Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-kasus* (Yogyakarta : CAPS, 2014), 168.

produk lebih baik untuk jangka panjang karena unik dan sulit untuk ditiru.¹⁴

Strategi diferensiasi dalam penelitian ini merujuk pada langkah BRI Cabang Jember dalam menciptakan keunikan pada produk tabungan Simpedes untuk membedakan dari produk sejenis milik bank lain. Keunikan ini diwujudkan melalui peningkatan kualitas layanan digital (seperti aplikasi BRImo), pelayanan nasabah yang cepat dan personal, serta pengembangan fitur dan program tabungan yang sesuai dengan kebutuhan segmen mikro seperti UMKM dan masyarakat pedesaan. Strategi ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah yang tidak hanya menarik minat nasabah baru, tetapi juga mempertahankan loyalitas nasabah.

2. *Competitive Advantage*

Competitive advantage bisa disebut dengan keunggulan bersaing yang artinya dimana perusahaan mempertahankan serta menjaga keunggulan terhadap para pesaingnya dengan menawarkan nilai tambah pada produk. Perusahaan dikatakan mempunyai *competitive advantage* jika perusahaan tersebut melakukan yang terbaik daripada pesaingnya. *competitive advantage* merupakan keunggulan berdasarkan sifat hubungan persaingan sempurna, dengan mendasarkan pada basis komponen dan

¹⁴ Ernawati, Agus Rahayu, dan Lili Adi Wibowo, "Strategi Diferensiasi dan Karakteristik Perbankan Terhadap Kinerja Perbankan ", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 19, no 1 (2021): 52.

sumberdaya yang sama diantara satu organisasi lainnya.¹⁵ *Competitive advantage* adalah serangkaian strategi dalam menentukan keunggulan dari persaingan diantara perusahaan lain. singkatnya *competitive advantage* adalah kinerja unggul perusahaan.¹⁶ *Competitive advantage* dalam produk tabungan BRI dapat diukur melalui beberapa indikator utama yang menunjukkan nilai tambah bagi nasabah dibandingkan dengan bank lain. Indikator keunggulan kompetitif pada tabungan BRI yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Peningkatan pangsa pasar, peningkatan pangsa pasar menunjukkan daya tarik yang tinggi di mata nasabah dan membuktikan keunggulan BRI dibandingkan bank lainnya. Program-program menarik dan produk inovatif membuat nasabah lebih memilih BRI Cabang Jember dibandingkan bank lain. BRI mempunyai jaringan layanan yang luas dan fitur produk yang disesuaikan untuk meningkatkan pangsa pasar di segmen tabungan. Keunggulan jaringan BRI di seluruh pelosok memungkinkan nasabah di daerah terpencil mendapatkan akses layanan perbankan, memberikan BRI Cabang Jember keunggulan kompetitif atas bank lain yang memiliki jangkauan terbatas.
- b. Inovasi produk dan layanan, kemampuan BRI untuk menghadirkan produk tabungan yang inovatif dan sesuai kebutuhan nasabah, misalnya fitur digital, tabungan berbasis aplikasi, program hadiah, dan

¹⁵ Haris Santoso, "Analisis Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*) Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 8, no. 2 (2022): 155.

¹⁶ Joan Magreta, *The Essential Guide to Competition and Strategy* (Yogyakarta: Andi, 2012), 71.

layanan perbankan *online*. BRI berhasil meningkatkan kualitas layanannya, baik secara digital maupun konvensional. Contoh pada aplikasi BRImo memberikan kemudahan akses dan fitur yang lengkap termasuk menabung, transfer, pembayaran, dan pembukaan rekening online. Dengan fitur-fitur inovatif yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara digital, BRI mampu memenuhi kebutuhan.

- c. Kualitas layanan dan kepuasan nasabah, mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan, seperti kemudahan membuka rekening, akses layanan, *customer service* yang responsif, dan keluhan yang cepat diatasi. Layanan yang unggul mendorong loyalitas dan membangun reputasi yang baik. Nasabah yang puas cenderung merekomendasikan BRI kepada orang lain, yang secara alami meningkatkan reputasi BRI di masyarakat sebagai bank yang memiliki layanan lengkap dan berkualitas.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.¹⁷ Untuk lebih mudahnya berikut ini akan disusun gambaran secara umum pembahasan proposal ini.

¹⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

Bab I : Pembahasan yang meliputi latar belakang masalah atau disebut konteks penelitian, fokus peneliti, tujuan peneliti, dan manfaat peneliti, definisi istilah, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Kajian kepustakaan, dalam bab ini terdiri dari beberapa penelitian terdahulu dan kajian teori

Bab III : Metode penelitian, bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian yang dilakukan, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian yang dilakukan.

Bab IV : Berupa penyajian dan analisis data, bab ini berisikan gambar objek penelitian, penyajian data dan pembahasan temuan (analisis data).

Bab V : Berisi penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Pada bab ini berfungsi untuk memperoleh gambaran dari hasil penelitian. Memberi gambaran tentang penelitian yang diteliti dan memberikan saran-saran kontruksi yang terkait dengan penelitian ini



BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Omega Wulan Wilar, Frederik G Worang, dan Djurwati Soepeno
“Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing pada Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Manado.” Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah diferensiasi produk, kualitas layanan, dan citra merek berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Bank Central Asia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan baik itu parsial maupun simultan terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan variabel citra merek secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Perbedaan penelitian ini dan penelitian terdahulu terletak pada fokus masalah penelitian terdahulu membahas analisis strategi diferensiasi produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap keunggulan bersaing, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu implementasi strategi diferensiasi produk tabungan dalam mencapai *competitive advantage* dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan penelitian yaitu sama-sama membahas diferensiasi produk pada perbankan.¹⁸

¹⁸ Omega Wulan Wilar, Frederik G. Worang, dan Djurwati Soepeno, “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing pada Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Manado,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)* 5, no. 3 (2017): 47.

2. Akhmad Muhammadin, Rashila Ramli dan Nuramal “Analisis Strategi Generik dalam Industri Perbankan di Indonesia.” Hasil penelitian ini membahas terkait strategi diferensiasi, biaya rendah, dan fokus terbukti memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan bank di Indonesia. Penerapan strategi generik ini memungkinkan bank untuk bersaing secara efektif dalam industri yang penuh tekanan, baik dari sisi global maupun domestik. Strategi diferensiasi dilakukan dengan menciptakan produk dan layanan yang unik, sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan mengurangi sensitivitas terhadap harga. Sementara itu, strategi biaya rendah, yang umumnya diterapkan oleh bank pemerintah melalui pemanfaatan dana murah dari APBN/APBD, mampu meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas.

Di sisi lain, strategi fokus mengarahkan perhatian bank pada segmen pasar tertentu, seperti korporasi besar, guna menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih tajam dan relevan. Berdasarkan data sekunder dari 120 bank komersial selama periode 2013–2015, penelitian ini menunjukkan bahwa bank yang berhasil mengintegrasikan strategi-strategi tersebut dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlanjutan bisnis di tengah tantangan eksternal. Secara teoretis, temuan ini memperkuat relevansi teori strategi Porter, sementara secara praktis, memberikan pedoman bagi pengambil kebijakan di sektor perbankan untuk merancang strategi yang adaptif dan berkelanjutan.¹⁹

¹⁹ Akhmad Muhammadin, Rashila Ramli dan Nuramal, “Analisis Strategi Generik dalam Industri Perbankan di Indonesia,” *Bongaya Journal of Research in Management* 1, no. 2 (2018): 36.

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang adalah penelitian gambaran tentang pengaruh strategi generik terhadap kinerja seluruh industri perbankan, sedangkan penelitian tentang strategi diferensiasi pada produk tabungan bersifat khusus, mengkaji implementasi langsung di produk. Sedangkan persamaan keduanya berkontribusi dalam membuktikan bahwa strategi diferensiasi adalah salah satu kunci mempertahankan keunggulan kompetitif di sektor perbankan.

3. Siti Aminah, "Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Positioning dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan pada Produk BSM OTO di Bank Syariah Mandiri Kcp Teluk Betung Bandar Lampung." Penelitian ini membahas bagaimana pengaruh strategi diferensiasi dan *positioning* dalam mendorong motivasi nasabah untuk melakukan pembiayaan produk BSM OTO di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung, Bandar Lampung. Strategi diferensiasi terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap motivasi nasabah dalam mengakses pembiayaan produk tersebut. Strategi ini memiliki peran penting karena menjadi bukti nyata perusahaan dalam menawarkan perbedaan yang bernilai bagi konsumen, sekaligus sebagai wujud dari strategi *positioning* yang diterapkan. Dengan kata lain, semakin unik dan berbeda suatu produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula dorongan nasabah untuk memanfaatkan pembiayaan BSM OTO. Sebaliknya, strategi *positioning* tidak menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap motivasi nasabah dalam memilih pembiayaan produk BSM OTO. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat pengenalan masyarakat terhadap citra

merek produk tersebut. Nasabah lebih mengenal produk BSM OTO sebagai pembiayaan yang telah dilengkapi perlindungan asuransi, bukan sebagai produk yang unggul dalam kecepatan layanan atau harga yang lebih kompetitif. Namun, jika strategi diferensiasi dan positioning diterapkan secara simultan, keduanya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi nasabah dalam menggunakan pembiayaan BSM OTO. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pada kedua strategi tersebut secara bersamaan dapat mendorong minat nasabah dalam mengakses produk pembiayaan tersebut.²⁰

Adapun persamaan penelitian ini adalah penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada strategi diferensiasi. Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dan sekarang terletak pada strategi *positioningnya* dan terletak pada produk yang akan diteliti dalam keunggulan bersaing.

4. Bobi Dermawan, “Studi Komparatif Strategi Diferensiasi pada BNI Syariah dan BRI Syariah Cabang Bengkulu.” Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui strategi diferensiasi untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada BNI dan BRI. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian strategi diferensiasi pada BNI Syariah membuat nasabah semakin nyaman, selain dari sistem pelayanan yang diberikan untuk nasabah dan bagi hasil yang kompetitif BNI Syariah bukan hanya nasabah tetapi juga bagi

²⁰ Siti Aminah, “Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Positioning dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan pada Produk BSM OTO di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

karyawan. Strategi diferensiasi BRI Syariah merupakan perbankan syariah yang paling bisa memenuhi kebutuhan pangsa pasar atau nasabah dan memudahkan bagi nasabah melakukan semua transaksi dan banyak produk BRI yang menguntungkan untuk nasabah.²¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus masalah, penelitian terdahulu membahas strategi diferensiasi secara keseluruhan dalam meningkatkan keunggulan antara dua bank yang berbeda, sedangkan penelitian yang dilakukan membahas tentang strategi diferensiasi pada produk tabungan BRI Cabang Jember. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan membahas strategi diferensiasi.

5. Ulfa Yuningsih, “Penerapan Strategi Pemasaran pada Diferensiasi Produk Tabungan SI MANTAB dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada BMT UGT Sidogiri”. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang strategi pemasaran produk tabungan si mantab dalam upaya menarik dan meningkatkan nasabah dengan menggunakan konsep pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang) dan *process* (proses). Pada diferensiasi produk si mantab adalah adanya kupon hadiah yang berisi hadiah umroh gratis bagi nasabah yang beruntung sehingga peluang untuk bisa berangkat umroh lebih besar dengan mendapatkan kupon sebanyak-banyaknya.²²

²¹ Bobi Dermawan, “Studi Komparatif Strategi Diferensiasi pada BNI Syariah dan BRI Syariah Cabang Bengkulu” (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019), 72.

²² Ulfa Yuningsih, “Penerapan Strategi Pemasaran pada Diferensiasi Produk Tabungan SI MANTAB dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada BMT UGT Sidogiri (Skripsi: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS), 2020) 40-43.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus masalah, penelitian terdahulu membahas strategi pemasaran diferensiasi pada produk tabungan si mantab, sedangkan penelitian yang akan dilakukan strategi diferensiasi pada produk tabungan keseluruhan. Persamaan penelitian ini yaitu membahas strategi diferensiasi dan produk pada masing-masing bank.

6. Uswatun Khasanah dan Afif Muamar, “Diferensiasi dan Tingkat Pemahaman Produk, Serta Kualitas Sumber Daya Manusia Atas Keputusan Nasabah Perbankan Syariah.” Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah dipengaruhi secara positif oleh tiga faktor utama, yaitu diferensiasi produk, tingkat pemahaman terhadap produk, dan kualitas sumber daya manusia (SDM) di lembaga perbankan. Temuan ini didasarkan pada studi kualitatif di Bank Syariah Mandiri Cabang Cirebon Siliwangi, di mana nasabah menyatakan bahwa mereka lebih memilih produk tabungan dengan akad mudharabah dan wadiah karena dinilai sesuai syariat, aman, dan bebas bunga. Namun demikian, pengetahuan nasabah terhadap variasi produk lainnya masih terbatas akibat minimnya edukasi dari pihak bank. Selain itu, kualitas pelayanan yang ditunjukkan oleh pegawai bank yang profesional dan menjunjung nilai-nilai Islam turut memperkuat kepercayaan nasabah. Diferensiasi produk yang inovatif serta dukungan fitur layanan seperti *e-banking* juga dinilai mempermudah dan meningkatkan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi. Penelitian ini

menemukan bahwa tiga komponen utama yaitu. persepsi terhadap diferensiasi produk (keunikan atau keunggulan produk), tingkat pemahaman nasabah terhadap produk dan kualitas sumber daya manusia contoh dalam pelayanan dari pegawai bank. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa untuk meningkatkan daya tarik dan loyalitas nasabah, bank syariah perlu terus memperkuat edukasi produk, menjaga kualitas SDM, serta menghadirkan inovasi dalam produk dan layanan.²³

Penelitian ini mempunyai persamaan kedua penelitian ini mempunyai pendekatan pentingnya inovasi dan pembeda produk dalam menarik dan mempertahankan nasabah atau pelanggan. Perbedaan keduanya yaitu jurnal ini memahami faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan bank syariah sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu meningkatkan daya saing dan profitabilitas perusahaan melalui penciptaan nilai unik.

7. Ernawati, Agus Rahayu, dan Lili Adi Wibowo “Strategi Diferensiasi dan Karakteristik Perbankan Terhadap Kinerja Perbankan.” Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi para investor, emiten, dan masyarakat dalam mengevaluasi kinerja keuangan perbankan. Selain itu, penelitian ini memberikan informasi penting tentang implikasi strategi diferensiasi dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perbankan. Pada teori manajemen strategik dan manajemen keuangan dengan fokus pada bank-bank yang terdaftar di indeks LQ45. Analisis variabel independen secara

²³ Uswatun Khasanah dan Afif Muamar, “Diferensiasi dan Tingkat Pemahaman Produk, Serta Kualitas Sumber Daya Manusia Atas Keputusan Nasabah Perbankan Syariah,” *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2020): 19-20.

terpisah memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengambilan keputusan terkait strategi bisnis dan karakteristik perbankan.²⁴ Strategi ini juga dapat menciptakan keunggulan bersaing melalui biaya modal yang lebih rendah dan kemampuan yang fleksibel untuk meningkatkan jumlah modal demi mendukung suatu strategi bisnis. Tujuan dari strategi keuangan adalah untuk menyediakan struktur keuangan dan dana yang cukup untuk perusahaan dalam mencapai tujuan.

Penelitian ini mempunyai persamaan memiliki tujuan untuk mencapai keunggulan bersaing melalui strategi difensiasi yang unik serta mengimplementasikan strategi inovasi produk untuk membedakan dari pesaing, perbedaannya sendiri terletak pada bank yang terdaftar di LQ45 sedangkan implementasi sendiri mencakup operasi bank dengan pendekatan yang lebih luas.

8. Samsuri “Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk pada Bank Syariah Indonesia Rogojampi.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi keunggulan bersaing melalui layanan produk digitalisasi yang digunakan oleh BSI Kantor Cabang Pembantu (KCP) Rogojampi. Tujuan utamanya adalah untuk mempertahankan keunggulan kompetitif layanan produk digital agar tidak tersaingi oleh lembaga keuangan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI telah melakukan beberapa strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan kepuasan nasabah melalui pengembangan *platform*

²⁴ Ernawati, Agus Rahayu, dan Lili Adi Wibowo, “Strategi Diferensiasi dan Karakteristik Perbankan Terhadap Kinerja Perbankan,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 19, no. 1 (2021): 50-51.

mobile banking yang lebih mudah digunakan (*user friendly*) dan dilengkapi dengan berbagai fitur seperti transfer antar bank, pembayaran tagihan, dan isi ulang *e-money* untuk kepuasan nasabah. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar terpenuhinya kepuasan dan keinginan nasabah serta terjaganya kepercayaan para nasabah kepada bank. Strategi ini dilakukan untuk memperkuat *positioning* BSI di industri perbankan, khususnya dalam kualitas pelayanan.

Penelitian ini juga membahas tentang perkembangan perbankan syariah di Indonesia, termasuk penggabungan Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah untuk membentuk Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI diharapkan dapat bersaing di tingkat global dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan pembangunan sosial. Penelitian ini juga menyebutkan konteks industri perbankan syariah yang terus berkembang, termasuk merger antara bank BRI Syariah, bank Syariah Mandiri dan bank BNI Syariah untuk membentuk BSI. BSI diharapkan dapat bersaing di tingkat global dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan pembangunan sosial. Dalam keseluruhan, penelitian ini menekankan pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan mempertahankan kepuasan nasabah di industri perbankan syariah.²⁵

Persamaan penelitian bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan dan membangun loyalitas kepada

²⁵ Samsuri, "Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi layanan produk pada Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi", *RIBHUNA Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2022): 46-48.

pelanggan dan perbedaan pada pendekatan strategis, sementara strategi diferensiasi spesifik pada menciptakan produk unik yang memenuhi kebutuhan pasar tertentu.

9. Erviana Indah Permatasari, Frida Fanani Rohma “Inovasi dan Diferensiasi Strategi Bank Jatim KCP Babat dalam Menghadapi Persaingan Industri Perbankan.” Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang dijalankan oleh Bank Jatim KCP Babat dalam bersaing di tengah padatnya industri perbankan di wilayahnya. Beberapa pendekatan strategis yang digunakan antara lain peningkatan kualitas layanan, penyediaan fasilitas yang memadai dan nyaman, serta penerapan strategi pemasaran langsung yang dilakukan secara aktif di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Jatim KCP Babat menerapkan sejumlah strategi inovasi dan diferensiasi, yang mencakup penyediaan produk perbankan mulai dari tabungan hingga pembiayaan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Bank juga menawarkan layanan yang responsif dan solutif terhadap masalah keuangan nasabah, serta meminimalkan potensi konflik dengan tetap mengacu pada Standar Operasional Prosedur (SOP). Selain itu, inovasi di bidang teknologi turut dikembangkan, dan strategi pemasaran yang diterapkan menitikberatkan pada pendekatan langsung kepada nasabah, guna membangun hubungan yang lebih erat dan personal. Secara keseluruhan, strategi Bank Jatim KCP Babat lebih diarahkan pada peningkatan mutu layanan karena kepuasan nasabah dipandang sebagai

faktor kunci dalam memenangkan persaingan dan menjaga citra institusi. Layanan yang diberikan tidak hanya sekadar transaksi, tetapi juga melibatkan empati dan pemahaman terhadap kebutuhan nasabah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan data primer yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.²⁶

Penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan yaitu memiliki tujuan utama dari keduanya adalah untuk mencapai keunggulan bersaing, di mana masing-masing lembaga berupaya memperkuat posisi mereka di pasar melalui strategi diferensiasi yang tepat. Bank Jatim KCP Babat maupun tabungan Simpedes sama-sama menempatkan nasabah sebagai pusat strategi mereka. Bank Jatim lebih menekankan pada kebutuhan dan kepuasan nasabah secara menyeluruh dan meningkatkan daya saing secara keseluruhan, sementara penelitian yang akan diteliti fokus pada preferensi dan daya tarik produk tabungan yang ditawarkan kepada nasabah. Selain itu, kedua penelitian mengakui adanya persaingan yang sangat ketat, meskipun konteksnya berbeda Bank Jatim menghadapi persaingan antar bank secara institusional, sedangkan Simpedes bersaing di tingkat produk, khususnya dengan berbagai jenis tabungan lain di pasar.

10. Widya Rahmawati, Sapta Eka Putra, dan Yuliarni Putri “Analisis *Strategy Generic* Michael E Porter pada Produk.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing PT Shinari Putra Kencana menggunakan strategi generik Michael E Porter untuk membangun keunggulan

²⁶ Erviana Indah Permatasari dan Frida Fanani Rohma, “Inovasi dan Diferensiasi Strategi Bank Jatim KCP Babat dalam Menghadapi Persaingan Industri Perbankan,” *Journal Syntax Idea* 6, no. 06 (2024): 2656.

kompetitif dan menentukan hambatan serta strategi yang cocok untuk perusahaan. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menggambarkan kondisi dan strategi bersaing perusahaan dalam pasar otomotif yang kompetitif dengan jenis data yang digunakan adalah data wawancara, observasi, dan dokumentasi. PT Shinari Putra Kencana Kota Padang menawarkan produk Hyundai yang memiliki biaya perawatan yang lebih rendah, jasa pelayanan yang lebih baik, perawatan yang tidak memakan waktu lama, dan *spare parts* yang tidak susah untuk mendapatkannya. Produk juga memiliki kenyamanan yang lebih besar dan fitur yang lebih banyak perusahaan ini fokus pada keunggulan produk pada beberapa tipe yang dapat membedakan Hyundai dengan pesaing lain.

Fokus pada fitur-fitur seperti *ventilated seat*, *wireless charger*, *air purifier*, ruang interior yang luas dan nyaman, serta desain mobil.²⁷

Penelitian terdapat persamaan keduanya bertujuan mencapai keunggulan bersaing sedangkan perbedaannya sendiri terletak pada fokus dan pendekatan strategi generik Michael E. Porter, termasuk kepemimpinan harga dan diferensiasi, dengan menekankan harga yang kompetitif dan layanan pelanggan yang baik.

²⁷ Widya Rahmawati, Sapta Eka Putra, dan Yuliarni Putri, "Analisis Strategi *Generic* Michael E Porter pada Produk," *Jurnal Ilmiah Vastuwidya* 7, no. 2 (Agustus 2024): 10.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Omega Wulan Wilar, Frederik G Worang, dan Djurwati Soepeno (2017)	“Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing pada Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Manado.”	Persamaan penelitian yaitu sama-sama membahas diferensiasi produk pada perbankan	Perbedaan penelitian ini dan penelitian terdahulu terletak pada fokus masalah penelitian terdahulu membahas analisis strategi diferensiasi produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap keunggulan bersaing, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu implementasi strategi diferensiasi produk tabungan dalam mencapai <i>competitive advantage</i> dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.
2.	Akhdad Muhammadin, Rashila Ramli dan Nuramal (2018)	“Analisis Strategi Generik dalam Industri Perbankan di Indonesia.”	Persamaan keduanya berkontribusi dalam membuktikan bahwa strategi diferensiasi adalah salah satu kunci mempertahankan keunggulan kompetitif di sektor perbankan.	Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang adalah penelitian gambaran tentang pengaruh strategi generik terhadap kinerja seluruh industri perbankan, sedangkan penelitian tentang strategi diferensiasi pada produk tabungan bersifat khusus, mengkaji implementasi langsung di produk.

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	Siti Aminah (2018)	“Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Positioning dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan pada Produk BSM OTO di Bank Syariah Mandiri Kcp Teluk Betung Bandar Lampung.”	Adapun persamaan penelitian ini adalah penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada strategi diferensiasi.	Perbedaan antara penelitian terdahulu dan sekarang terletak pada strategi <i>positioningnya</i> dan terletak pada produk yang akan diteliti dalam keunggulan bersaing
4.	Bobi Dermawan (2019)	“Studi Komparatif Strategi Diferensiasi pada BNI Syariah dan BRI Syariah Cabang Bengkulu”	Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan membahas strategi diferensiasi.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus masalah, penelitian terdahulu membahas strategi diferensiasi secara keseluruhan dalam meningkatkan keunggulan antara dua bank yang berbeda, sedangkan penelitian yang dilakukan membahas tentang strategi diferensiasi pada produk tabungan BRI Cabang Jember.
5.	Ulfa Yuningsih (2020)	“Penerapan Strategi Pemasaran pada Diferensiasi Produk Tabungan SI MANTAB dalam Meningkatkan	Persamaan penelitian ini yaitu membahas strategi diferensiasi dan produk pada masing-masing bank.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus masalah, penelitian terdahulu membahas strategi pemasaran

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Jumlah Nasabah pada BMT UGT Sidogiri”.		diferensiasi pada produk tabungan si mantab, sedangkan penelitian yang akan dilakukan strategi diferensiasi pada produk tabungan keseluruhan.
6.	Uswatun Khasanah dan Afif Muamar (2020)	“Diferensiasi dan Tingkat Pemahaman Produk, Serta Kualitas Sumber Daya Manusia Atas Keputusan Nasabah Perbankan Syariah.”	persamaan kedua penelitian ini mempunyai pendekatan pentingnya inovasi dan pembeda produk dalam menarik dan mempertahankan nasabah atau pelanggan.	Perbedaan keduanya yaitu jurnal ini memahami faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan bank syariah sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu meningkatkan daya saing dan profitabilitas perusahaan melalui penciptaan nilai unik.
7.	Ernawati, Agus Rahayu, dan Lili Adi Wibowo (2021)	“Strategi Diferensiasi dan Karakteristik Perbankan Terhadap Kinerja Perbankan.”	Penelitian ini mempunyai persamaan memiliki tujuan untuk mencapai keunggulan bersaing melalui strategi difensiasi yang unik serta mengimplementasikan strategi inovasi produk untuk membedakan dari pesaing,	Perbedaannya sendiri terletak pada bank yang terdaftar di LQ45 sedangkan implemtasi strategi sendiri mencakup operasi bank dengan pendekatan yang lebih luas.
8.	Samsuri (2022)	“Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi	Persamaan penelitian bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi	Perbedaan pada pendekatan strategis, sementara strategi diferensiasi

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Layanan Produk pada Bank Syariah Indonesia Rogojampi.”	pelanggan, meningkatkan kepuasan dan membangun loyalitas kepada pelanggan.	spesifik pada menciptakan produk unik yang memenuhi kebutuhan pasar tertentu.
9.	Erviana Indah Permatasari, dan Frida Fanani Rohma (2024)	“Inovasi dan Diferensiasi Strategi Bank Jatim KCP Babat dalam Menghadapi Persaingan Industri Perbankan.”	Persamaan penelitian ini yaitu tujuan utama dari keduanya adalah untuk mencapai keunggulan bersaing, di mana masing-masing lembaga berupaya memperkuat posisi mereka di pasar melalui strategi diferensiasi yang tepat.	Perbedaan dari penelitian mengakui adanya persaingan yang sangat ketat, meskipun konteksnya berbeda Bank Jatim menghadapi persaingan antar bank secara institusional, sedangkan Simpedes bersaing di tingkat produk, khususnya dengan berbagai jenis tabungan lain di pasar.
10.	Widya Rahmawati, Sapta Eka Putra, dan Yuliarni Putri (2023)	“Analisis <i>Strategy Generic</i> Michael E Porter pada Produk.”	persamaan keduanya bertujuan mencapai keunggulan bersaing sedangkan	Perbedaannya sendiri terletak pada fokus dan pendekatan strategi generik Michael E. Porter, termasuk kepemimpinan harga dan diferensiasi, dengan menekankan harga yang kompetitif dan layanan pelanggan yang baik.

B. Kajian Teori

Kajian teori adalah teori-teori yang relevan yang dapat dilakukan untuk menjelaskan variabel yang akan diteliti. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi Diferensiasi

a. Pengertian Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi yaitu sekumpulan tindakan yang terintegrasi, untuk menciptakan adanya perbedaan untuk barang atau jasa perusahaan. Perbedaan yang ditawarkan adalah dengan menciptakan sesuatu keunikan yang diterima dalam industri dan mempunyai *value* bagi pelanggan. Strategi diferensiasi tersebut dapat menarik, jika kebutuhan dan preferensi pembeli sangat dibutuhkan untuk memuaskan atau suatu produk jasa yang telah di standardisasikan.²⁸

Strategi Diferensiasi (*Differentiation*): Strategi ini ditandai dengan upaya perusahaan untuk menciptakan persepsi positif di pasar terhadap produk atau layanan yang dianggap unggul, sehingga terlihat berbeda dari kompetitor. Perbedaan tersebut diharapkan mendorong pelanggan bersedia membayar harga yang lebih tinggi.²⁹ Diferensiasi produk berarti bahwa perusahaan yang sudah mapan memiliki keunggulan berupa pengenalan merek dan loyalitas pelanggan, yang bisa berasal dari aktivitas periklanan sebelumnya, pelayanan pelanggan yang baik, keunikan produk, atau status sebagai pelopor di industri

²⁸ Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-kasus* (Yogyakarta: Chaps, 2014), 12.

²⁹ Cepi Pahlevi dan Muhammad Ichwan Musa, *Manajemen Strategi* (Makasar: Intelektual Karya Nusantara, 2023), 115.

tersebut. Pengenalan produk menjadi salah satu metode yang efektif untuk mengenalkan produk tabungan Simpedes kepada masyarakat secara luas. Melalui iklan, informasi mengenai produk dapat disampaikan tanpa perlu melakukan pertemuan langsung dengan calon nasabah. Umumnya, promosi ini dilakukan melalui media cetak seperti koran, majalah, selain itu, pengiklanan juga dapat disalurkan lewat media elektronik seperti radio, televisi, maupun internet.³⁰ Diferensiasi ini menciptakan hambatan bagi pendatang baru karena mereka harus mengeluarkan biaya besar untuk mengatasi loyalitas pelanggan yang sudah ada. Dalam beberapa industri seperti kosmetik, perbankan investasi, dan akuntansi publik. Diferensiasi produk dapat dipadukan dengan skala ekonomi dalam produksi, pemasaran, dan distribusi, sehingga menciptakan hambatan masuk yang lebih besar.³¹ Beberapa keterbatasan skala ekonomi sebagai hambatan masuk, dari sudut pandang strategis perusahaan yang sudah mapan, sebagai berikut:³²

- 1) Skala besar dan biaya rendah dapat menimbulkan *trade-off* dengan hambatan masuk lain yang bernilai, seperti diferensiasi produk. Misalnya, fokus pada skala besar mungkin tidak sejalan dengan citra produk atau layanan yang responsif. Selain itu, skala besar dapat membatasi kemampuan untuk mengembangkan teknologi eksklusif secara cepat.

³⁰ Hersa Farida Qoriani, Ahmad Khoirul Adlan, Kivia Ababil, "Menelisik Strategi Marketing Dalam Menarik Minat Nasabah," *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)* 1, no 1 (2023): 197.

³¹ Michael E. Porter, *Competitive Strategy* (New York: Free Press, 1980), 9.

³² Porter, *Competitive Strategy*, 16.

- 2) Kemajuan teknologi dapat merugikan perusahaan besar jika fasilitas yang dirancang untuk mencapai skala ekonomi terlalu terspesialisasi, sehingga kurang fleksibel dalam menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi.
- 3) Komitmen untuk memanfaatkan skala ekonomi dengan teknologi yang ada dapat mengaburkan pandangan terhadap peluang teknologi baru atau pendekatan bersaing lainnya yang tidak terlalu bergantung pada skala besar.

Dalam mencapai diferensiasi produk terkadang dapat menghambat pencapaian pangsa pasar yang besar, karena sering kali membutuhkan citra eksklusivitas yang sulit dikaitkan dengan dominasi pasar. Lebih umum lagi, upaya diferensiasi biasanya melibatkan kompromi dengan posisi biaya, terutama jika aktivitas yang mendukungnya memerlukan biaya tinggi, seperti penelitian yang mendalam, desain produk yang inovatif, penggunaan bahan berkualitas tinggi, atau layanan pelanggan yang intensif.³³

Diferensiasi produk lebih menekankan keunggulan produk, pengembangan serta pengenalan produk baru ke pangsa pasar dengan tujuan untuk menemukan keunikan tersendiri terhadap produknya. Pencapaian strategi ini ditekankan pada keunikan produk, tambahan fitur, kenyamanan, dan tambahan lainnya pada produk agar sulit ditiru oleh pesaing. Strategi diferensiasi mempunyai faktor kunci dari produk dalam perusahaan yaitu mengenalkan produk baru, melakukan

³³ Porter, *Competitive Strategy*, 38.

pengembangan dan inovasi secara terus menerus, memberikan layanan yang prima dan berbeda untuk pelanggan sehingga terlihat ada perbedaan dengan pesaing dalam industri yang sejenis maupun yang tidak sejenis.³⁴ Diferensiasi produk pada dasarnya adalah kemampuan perusahaan untuk menawarkan produk yang lebih unggul, lebih cepat, dan lebih ekonomis, sehingga memberikan nilai lebih tinggi bagi pelanggan dibandingkan dengan produk pesaing. Produk fisik memiliki potensi besar untuk menjadi faktor pembeda. Perusahaan dapat membedakan produknya berdasarkan berbagai aspek, seperti fitur khusus, kualitas kinerja, kesesuaian kualitas, daya tahan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya dan desain, merek, kemasan, ukuran, serta cita rasa.³⁵

Diferensiasi produk adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan atau spesial. Beberapa produk dibedakan dan produk pesaing oleh kualitasnya. Semua perusahaan mencari beberapa jenis keunggulan kompetitif yang dapat membedakan produk mereka dan produk yang lainnya. Tujuan utama dari differensiasi produk ini adalah untuk menciptakan pelanggan. Dalam hal menciptakan pelanggan ini maka perusahaan perlu menganalisis nilai pelanggan terhadap produk. Nilai pelanggan adalah konsep sentral dalam pemasaran karena pembeli memilih produk yang dipersepsikan dapat member nilai yang tertinggi diantara berbagai tawaran yang

³⁴ Ernawati, Agus Rahayu, dan Lili Adi Wibowo "Strategi Diferensiasi dan Karakteristik Perbankan terhadap Kinerja," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 19 no. 1 (2021): 52.

³⁵ Novi Angga Safitri, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: K-Media, 2018), 67.

berbeda. Nilai pelanggan adalah kombinasi kualitas, pelayanan, harga dari suatu penawaran produk.³⁶

b. Karakteristik Diferensiasi

Untuk membangun diferensiasi terdapat empat tahapan atau karakteristik yang dapat dilakukan, yaitu:³⁷

- 1) Segmentasi, penentuan target pasar, dan *positioning* tahapan pertama adalah melakukan segmentasi untuk mengidentifikasi kelompok pelanggan yang akan menjadi target pasar. Dengan memahami target pasar, perusahaan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen secara lebih mendalam. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menentukan *positioning* yang unik di benak konsumen, sehingga produk dapat dibedakan dari pesaing.
- 2) Analisis sumber diferensiasi berdasarkan *positioning* yang telah ditentukan, langkah berikutnya adalah menganalisis sumber-sumber diferensiasi, baik yang ada saat ini maupun yang berpotensi menjadi basis diferensiasi di masa depan. Analisis ini mencakup evaluasi kelebihan dan kekurangan perusahaan dalam tiga komponen utama: konten, konteks, dan infrastruktur. Penting untuk tidak hanya fokus pada kondisi saat ini, tetapi juga mempertimbangkan peluang dan inovasi yang mungkin muncul di masa mendatang. Dengan demikian, perusahaan dapat menentukan

³⁶ Safitri, *Manajemen Pemasaran*, 66.

³⁷ Safitri, *Manajemen Pemasaran*, 75.

elemen diferensiasi yang memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan produk pesaing.

- 1) Pengujian keberlanjutan diferensiasi yang sudah dirancang perlu diuji untuk memastikan apakah strategi tersebut mampu bertahan dalam jangka panjang. Uji ini dilakukan untuk menilai apakah diferensiasi yang dipilih memberikan daya saing yang berkelanjutan di pasar.
- 2) Komunikasi diferensiasi tahap terakhir adalah mengomunikasikan diferensiasi produk secara efektif, karena produk yang baik tidak selalu menjadi pemenang jika persepsi konsumen terhadapnya kurang kuat. Oleh karena itu, diferensiasi produk harus disampaikan dengan cara yang jelas dan sederhana melalui program komunikasi yang terintegrasi, sehingga mencerminkan nilai unik produk yang dimiliki.

Setelah menentukan segmen pasar yang akan ditargetkan, perusahaan perlu memutuskan posisi yang ingin dicapai dalam segmen tersebut. Posisi produk mengacu pada tempat yang ditempati produk tersebut di benak konsumen, dibandingkan dengan pesaingnya. Pemasar berupaya menciptakan posisi pasar yang unik bagi produk mereka, karena jika produk dianggap serupa dengan yang sudah ada, konsumen tidak akan memiliki alasan untuk memilihnya. Penentuan posisi dan diferensiasi pasar bertujuan menempatkan produk pada posisi yang jelas, khas, dan diinginkan dalam benak konsumen sasaran

dibandingkan dengan pesaing. Oleh karena itu, pemasar merancang strategi yang menonjolkan keunikan produk mereka dibandingkan dengan merek lain untuk meraih keuntungan maksimal di pasar sasaran. Selain membedakan aspek fisik produk, perusahaan juga dapat menciptakan perbedaan melalui layanan yang menyertainya.³⁸

Beberapa perusahaan mencapai diferensiasi layanan dengan menawarkan penyampaian yang cepat, nyaman, dan andal. Ada juga yang memberikan layanan pelatihan pelanggan atau konsultasi, seperti menyediakan data, sistem informasi, dan dukungan konsultasi yang relevan. Diferensiasi saluran juga dapat memberikan keunggulan kompetitif melalui desain cakupan, keahlian, dan kinerja saluran distribusi. Selain itu, perusahaan dapat memperkuat keunggulan kompetitifnya melalui diferensiasi sumber daya manusia, yaitu dengan merekrut dan melatih tenaga kerja yang lebih berkualitas dibandingkan pesaing.³⁹

2. *Competitive Advantage*

a. Pengertian Competitive Advantage

Competitive advantage atau disebut keunggulan kompetitif diperoleh dari kemampuan perusahaan menciptakan nilai dalam proses produksinya. Nilai ini dapat diwujudkan dengan dua cara utama: menekan biaya produksi atau mendiferensiasi produk atau layanan sehingga memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang lebih

³⁸ Gary Armstrong, Philips Kotler, Michael Harker, dan Ross Brennan, *Marketing An Introduction* (Harlow, Inggris: Pearson Education Limited, 2019), 55.

³⁹ Armstrong et al., *Marketing An Introduction*, 236.

tinggi dibandingkan pesaingnya. Pendekatan ini menghasilkan dua strategi dasar. Strategi kepemimpinan biaya keseluruhan berfokus pada menjadi produsen dengan biaya terendah dalam suatu industri. Hal ini dicapai melalui pembangunan fasilitas produksi berskala besar yang efisien, pengurangan biaya dengan memanfaatkan kurva pengalaman, serta pengendalian biaya overhead dan biaya operasional lainnya seperti penelitian dan pengembangan, layanan pelanggan, tenaga penjualan, dan pemasaran. Strategi ini dapat menghasilkan keuntungan di atas rata-rata dalam industri, meskipun sering kali kurang menguntungkan jika tidak dikelola dengan baik.⁴⁰ Salah satu aspek penting dalam menilai perusahaan adalah mengidentifikasi kompetensi inti. Kompetensi inti memiliki tiga ciri utama yaitu menjadi sumber keunggulan kompetitif yang memberikan nilai signifikan bagi pelanggan, dapat diterapkan di berbagai pasar yang berbeda, dan sulit ditiru oleh pesaing. Saat ini, banyak perusahaan melakukan outsourcing untuk sumber daya yang kurang penting jika hal tersebut memungkinkan mereka mendapatkan kualitas yang lebih baik atau biaya yang lebih rendah. Misalnya, perusahaan di industri tekstil, kimia, dan elektronik sering bekerja sama dengan produsen luar negeri, sementara mereka fokus pada aktivitas inti seperti desain, pengembangan, dan pemasaran produk bidang yang menjadi kompetensi utama mereka. Keberhasilan sebuah perusahaan

⁴⁰ Porter, *Competitive Strategy*, 103.

bergantung pada kemampuan untuk memiliki dan mempertahankan sumber daya serta kompetensi yang menjadi inti dari bisnisnya. Selain menciptakan nilai bagi pelanggan sasaran, keberhasilan juga memerlukan pemahaman bahwa pelanggan sasaran harus mampu memberikan nilai balik kepada perusahaan. Dengan kata lain, target pasar harus menarik dan memberikan manfaat bagi perusahaan. Bagian berikut akan membahas faktor-faktor kunci dalam mengevaluasi daya tarik target pasar ini.⁴¹

Penyatuan dasar keunggulan bersaing dari kemampuan-kemampuan serta sumber-sumber organisasi merupakan faktor penentu dari posisi dan performanya relatif lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Aktivitas dari performa perusahaan secara khusus akan menjadi dasar keunggulan dapat dipertahankan untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing mempunyai faktor yang membuat suatu organisasi maupun perusahaan memiliki kinerja yang lebih baik. Dalam suatu industri atau pasar produk yang sama dalam suatu lingkungan perusahaan. *Competitive advantage* merupakan posisi unik yang dikembangkan perusahaan dalam menghadapi para pesaing, dan mungkin perusahaan dapat mengungguli mereka secara konsisten. Dengan demikian, *competitive advantage* dapat dicapai dengan cara mengembangkan produk lebih menguntungkan dibandingkan dengan

⁴¹ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, dan Alexander Chernev, *Marketing Management* (London: Pearson, 2022), 148.

para pesaing.⁴² Struktur industri tumbuh dari serangkaian karakteristik ekonomi dan teknis yang menentukan kekuatan setiap kekuatan kompetitif. Akibatnya faktor-faktor yang mempengaruhi kondisi persaingan, seperti ancaman terhadap perusahaan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan termasuk kondisi persaingan itu sendiri, menjadi penting untuk dianalisis. Mengidentifikasi aspek- aspek struktural kunci dalam industri yang menentukan kekuatan daya persaingan dan juga profitabilitas industri. Aspek-aspek tersebut antara lain:⁴³

- 1) Ancaman masuk
 - 2) Ancaman produk
 - 3) Kekuatan pemasok
 - 4) Kekuatan pembeli
 - 5) Persaingan diantara perusahaan yang ada
- b. Kriteria *Competitive Advantage*

- 1) Keunggulan Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar atau masyarakat agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk barang fisik, layanan, pengalaman, acara,

⁴² Rahma Ngaisah, Rina Nurhayati, dan Ayi Nurbaeti, "Analisis Penerapan Strategi Harga Dan Diferensiasi Produk Dalam Keunggulan Bersaing," *Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan* 4 no. 1 (2020): 13.

⁴³ Michael E. Porter, "The Five Competitive Forces That Shape Strategy," (Brighton: Harvard Business Review 86, no. 1 (2008): 80.

properti. Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Adapun unsur-unsur dalam bauran produk terdiri atas keanekaragaman atau macam-macam produk, kualitas, design, ciri-ciri atau bentuk produk, merek dagang, kemasan atau tampilan, ukuran, pelayanan, jaminan atau garansi dan pengembalian. Keanekaragaman produk yang dipasarkan itu akan menjadi sangat penting.⁴⁴

- 2) Untuk mencapai *competitive advantage*, pesaing sering kali memperoleh manfaat ketika kapasitas pemimpin menurun, baik karena keterbatasan dalam memenuhi permintaan yang meningkat maupun karena keputusan untuk tidak memenuhi semua permintaan. Dalam situasi krisis, pemimpin cenderung mendapatkan keuntungan lebih besar karena sumber daya yang tersedia menjadi lebih berharga, sementara pesaing yang sebelumnya menyerap fluktuasi permintaan mungkin mengalami kesulitan. Strategi membiarkan pesaing menanggung beban fluktuasi ini sering kali lebih efektif dibandingkan mempertahankan kapasitas penuh sepanjang waktu. Namun, perusahaan perlu memastikan bahwa kapasitas industri secara keseluruhan tetap memadai untuk melayani pelanggan utama, menghindari menarik pemain baru, dan memiliki kapasitas berlebih

⁴⁴ Dian Meliantari, *Produk dan Merek* (Purbalingga: CV Eureka Media Aksara, 2023), 1.

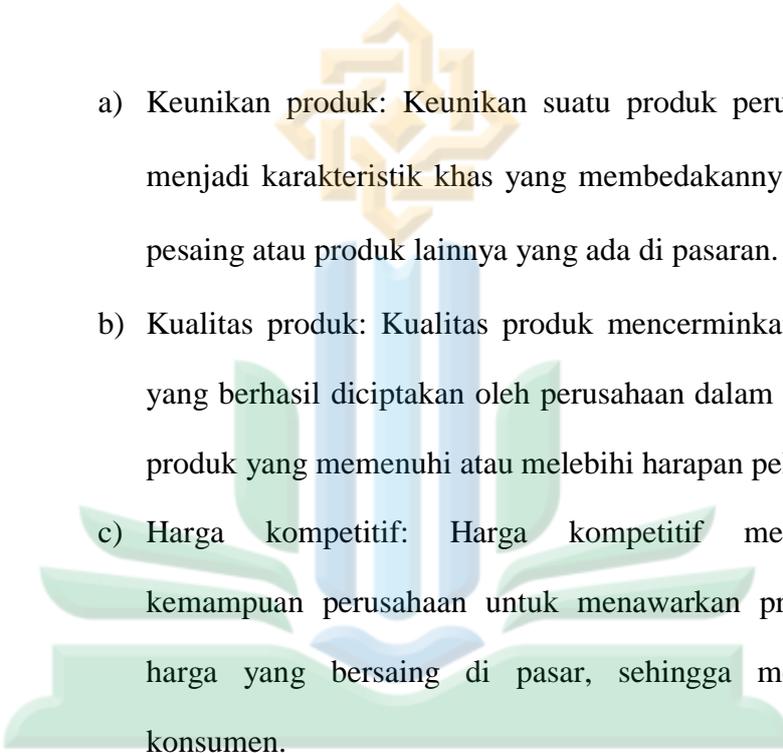
untuk mengontrol harga di pasar jika produk tersebut bersifat komoditas. Pesaing juga dapat membantu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam membedakan dirinya. Dengan adanya pesaing, pembeli memiliki tolok ukur yang mempermudah mereka memahami nilai yang ditawarkan oleh perusahaan. Tanpa pesaing, pembeli mungkin menjadi lebih peka terhadap harga atau layanan dan lebih agresif dalam negosiasi. Produk pesaing memberikan standar perbandingan yang memungkinkan perusahaan menunjukkan keunggulannya dengan lebih meyakinkan atau mengurangi biaya untuk membedakan produk.

Dengan demikian, pesaing berfungsi sebagai indikator nilai bagi produk perusahaan.⁴⁵

Pengembangan yang lebih lanjut terhadap keunggulan kompetitif di bidang produk dapat dilakukan dengan cara menghasilkan dan memasarkan produk-produk yang bersifat eksklusif. Produk yang eksklusif akan membuat kebanggaan bagi para pemakainya dan konsumen yang merasa bangga akan memiliki image yang bagus terhadap perusahaan atau memiliki *consumer retention rate* yang tinggi. Terdapat tiga tolak ukur untuk mengetahui apakah sebuah perusahaan memiliki keunggulan kompetitif atau tidak, yaitu:⁴⁶

⁴⁵ Michael E. Porter, *Competitive Advantage* (New York: Free Press, 1985), 207.

⁴⁶ Endang Rahayu Lestari, *Manajemen Inovasi Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif* (Malang: UB Press, Agustus 2019), 4.

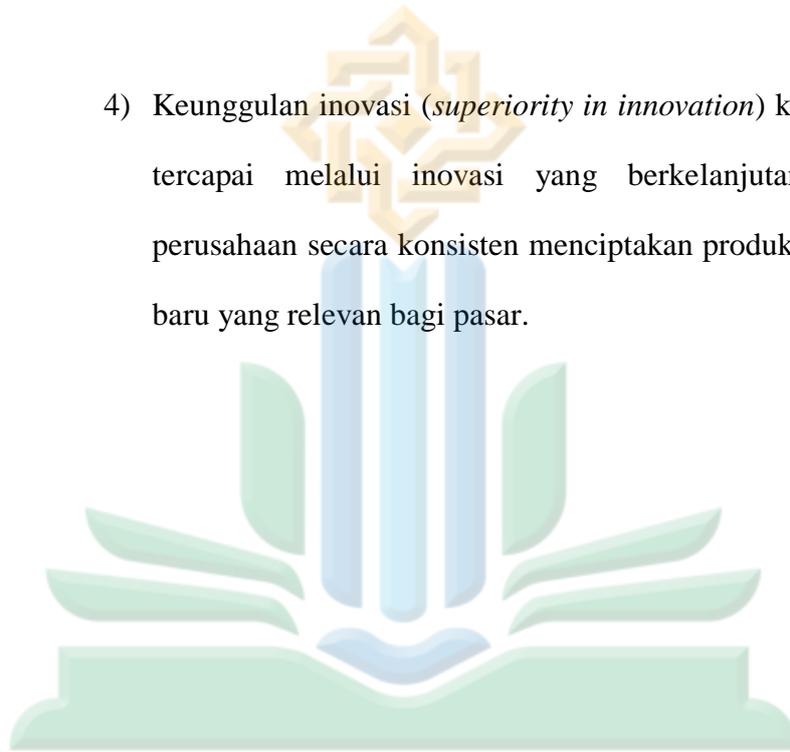
- 
- a) Keunikan produk: Keunikan suatu produk perusahaan dapat menjadi karakteristik khas yang membedakannya dari produk pesaing atau produk lainnya yang ada di pasaran.
 - b) Kualitas produk: Kualitas produk mencerminkan keunggulan yang berhasil diciptakan oleh perusahaan dalam menghasilkan produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
 - c) Harga kompetitif: Harga kompetitif mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menawarkan produk dengan harga yang bersaing di pasar, sehingga menarik minat konsumen.

Macam-macam *competitive advantage* perusahaan meliputi:⁴⁷

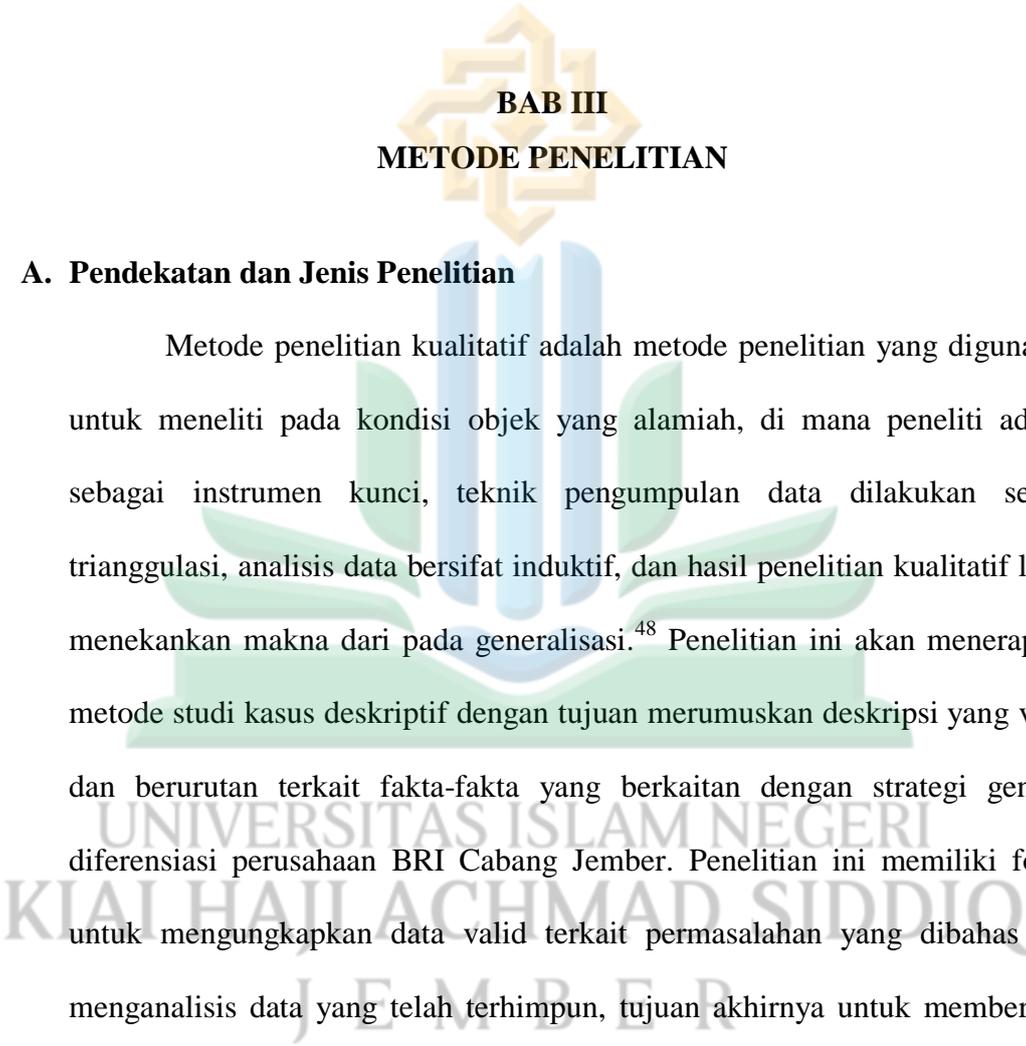
- 1) Keunggulan harga (*superiority in Price*) *competitive advantage* ini berkaitan dengan harga, yang tidak selalu harus lebih murah. Harga yang lebih tinggi pun dapat diterima jika pelanggan merasakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan.
- 2) Keunggulan kualitas dan desain (*superiority in quality and design*) keunggulan ini diperoleh ketika kualitas dan desain produk lebih unggul dibandingkan dengan produk pesaing.
- 3) Keunggulan respons terhadap pelanggan (*superiority in customer responsiveness*) *competitive advantage* ini muncul ketika perusahaan mampu dengan cepat dan tepat memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan.

⁴⁷ Rizqon Jamil Farhas, dan Zulfan Ependi, "Digital Marketing and Branding Analisis: Competitive Advantages of Small Medium Enterprise Post-Covid-19," *Journal of Engineering Science and Technology Management (JES-TM)* 2, no. 1 (2022): 69.

- 4) Keunggulan inovasi (*superiority in innovation*) keunggulan ini tercapai melalui inovasi yang berkelanjutan, di mana perusahaan secara konsisten menciptakan produk atau layanan baru yang relevan bagi pasar.



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



BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁴⁸ Penelitian ini akan menerapkan metode studi kasus deskriptif dengan tujuan merumuskan deskripsi yang valid dan berurutan terkait fakta-fakta yang berkaitan dengan strategi generik diferensiasi perusahaan BRI Cabang Jember. Penelitian ini memiliki fokus untuk mengungkapkan data valid terkait permasalahan yang dibahas dan menganalisis data yang telah terhimpun, tujuan akhirnya untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang diajukan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam konteks penelitian kualitatif merujuk pada tempat atau lingkungan di mana pengumpulan data dilakukan. Penelitian ini memiliki peran penting dalam memberikan konteks dan kerangka bagi pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti.⁴⁹ Adapun lokasi penelitian yang dimaksud yakni, berada di BRI Cabang Jember, Jl. Ahmad Yani No. 1, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

⁴⁸ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no.1 (2021): 33.

⁴⁹ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makasar: CV Syakir Media Press, 2021), 70.

C. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini dilaporkan jenis data dan sumber data, yang meliputi data apa saja yang diinginkan didapat, siapa yang hendak menjadi narasumber atau informan dan bagaimana data akan dicari sehingga kebenarannya dapat dijamin.⁵⁰ Subjek penelitian merupakan sumber informasi di mana melalui interaksi dan observasi mendalam, peneliti dapat memahami pandangan, pengalaman dan konteks yang membentuk pemahaman tentang masalah yang diteliti. Teknik pengambilan sampel untuk subjek penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Teknik *purposive* adalah metode pengambilan sampel dari berbagai sumber data dengan mempertimbangkan sejumlah faktor. Pertimbangan tertentu ini, seperti individu yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan dari mereka, atau mungkin karena statusnya sebagai penguasa, akan memudahkan peneliti menjelajahi situasi sosial yang diteliti.⁵¹

Dalam konteks penelitian ini, peneliti mendapatkan bantuan dari pihak sekretaris BRI Cabang Jember untuk menentukan siapa saja yang akan menjadi informan utama. Penentuan tersebut didasarkan pada pertimbangan keahlian serta keterlibatan langsung individu tersebut dalam pengelolaan strategi di bagian tabungan, serta perannya dalam berinteraksi dengan nasabah. Dua orang yang akhirnya ditetapkan sebagai informan utama adalah:

1. Bapak Aditya Ramadhani, yang menjabat sebagai Business Support Assistant (BSA),
2. Gerald Naufal, yang bertugas sebagai Customer Service.

⁵⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 219.

Selain dari pihak internal, penelitian ini juga melibatkan informan eksternal, yaitu nasabah pengguna produk tabungan Simpedes. Peneliti menggunakan teknik sampling insidental, Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini secara sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, jadi siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel yang cocok sebagai sumber data dan bersedia menjadi responden selama proses pengumpulan data berlangsung.⁵² Melalui metode ini, peneliti berhasil mewawancarai dua orang nasabah, yaitu:

1. Ibu Suryaningsih
2. Ibu Ributwati.
3. Bapak Suparto

Keduanya dipilih sebagai narasumber pelengkap, karena mereka adalah pengguna aktif produk tabungan Simpedes. Dengan tujuan dari melibatkan nasabah adalah untuk mendapatkan pandangan langsung dari sisi konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh BRI Cabang Jember.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode-metode ini digunakan untuk menggali informasi yang mendalam dan memadai terkait dengan fenomena yang terjadi dan diteliti.

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian, Kuantitatif dan R&D*, 85.

suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, digunakan wawancara terstruktur sebagai teknik pengumpulan data. Wawancara ini melibatkan pihak- pihak terkait dari BRI Cabang Jember seperti manajer yang memiliki pemahaman tentang manajemen strategi dan customer service yang mengerti tentang layanan. Proses wawancara direkam menggunakan alat perekam suara dan dicatat melalui media *notebook* atau sarana catatan lainnya. Untuk memastikan kualitas wawancara, dilakukan pula pelatihan kepada pewawancara yang akan terlibat dalam pengumpulan data. Teknik wawancara dalam penelitian ini adalah:

- a. Mengenai strategi dan inovasi produk yang membedakan dari kompetitor yang lain serta pemanfaatan teknologi.
- b. Mengenai keuntungan yang diperoleh nasabah serta bagaimana cara mempertahankan *competitive advantage*.
- c. Mengenai penilaian produk serta kepuasan nasabah sebagai pengguna tabungan BRI Cabang jember

2. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti langsung melakukan observasi terhadap implementasi strategi generik diferensiasi dalam mencapai *competitive advantage* pada BRI Cabang Jember. Observasi dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang rinci mengenai bagaimana strategi tersebut dijalankan secara teknis. Observasi langsung adalah pengamatan langsung dengan melibatkan diri. Observasi tidak langsung hanya melihat dengan sepasang mata mengenai kegiatan dan benda atau dibantu dengan

alat seperti kamera. Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Mengenai profil BRI Cabang Jember.
- b. Mengenai situasi dan kondisi BRI Cabang Jember.
- c. Mengenai letak BRI Cabang Jember.

3. Dokumentasi

Selain teknik wawancara dan observasi, informasi juga dapat diperoleh melalui dokumentasi dimana dokumen tersebut bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya lainnya. Data dari dokumentasi ini dapat digunakan untuk mengungkap detail-detail yang berkaitan dengan masa lalu atau peristiwa tertentu. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi ini melibatkan upaya peneliti dalam mengumpulkan informasi relevan mengenai BRI Cabang Jember dari berbagai sumber dokumentasi yang ada. Teknik dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Sejarah BRI Cabang Jember.
- b. Visi dan Misi BRI Cabang Jember.
- c. Struktur organisasi BRI Cabang Jember.
- d. Jumlah nasabah yang memiliki tabungan di BRI Cabang Jember.
- e. Dokumentasi yang terkait dengan penelitian ini.

E. Analisis Data

Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara

sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Analisis data kualitatif bersifat induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh. Dalam rangka melaksanakan penelitian ini, pendekatan analisis deskriptif diterapkan melalui alat analisis berupa wawancara dengan pihak terkait dari BRI Cabang Jember. Penggunaan teknik analisis ini difokuskan pada upaya untuk menggambarkan implementasi strategi generik diferensiasi dalam mencapai *competitive advantage*.

Setelah seluruh data berhasil dikumpulkan, tahap berikutnya adalah pengolahan data. Analisis data merujuk pada proses mengolah dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh melalui wawancara maupun catatan lapangan. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu metode deduktif dan metode induktif. Metode deduktif digunakan ketika penelitian dimulai dari suatu teori tertentu yang kemudian dibuktikan melalui pengumpulan fakta di lapangan. Sebaliknya, metode induktif dilakukan dengan terlebih dahulu menemukan fakta-fakta, yang kemudian dirumuskan menjadi kesimpulan atau teori secara umum.⁵³ Berdasarkan pendapat tersebut, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data dengan pendekatan berpikir induktif, yaitu dimulai dari pengumpulan fakta di lapangan yang kemudian ditarik kesimpulan berdasarkan teori yang relevan. Proses analisis data kualitatif dengan metode induktif dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Masing-masing

⁵³ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006) 12.

tahapan ini memiliki penjelasan dan fungsi tersendiri dalam proses analisis. Adapun penjelasannya sebagai berikut:⁵⁴

1. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan.
2. Penyajian data dalam penelitian kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan, dan bagan.
3. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dimaksudkan untuk memperoleh tingkat kepercayaan yang berkaitan dengan seberapa jauh kebenaran hasil penelitian. Teknik keabsahan data digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi merupakan metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memeriksa dan menetapkan validasi dengan menganalisis dari berbagai persepektif. Menurut Sugiyono penelitian ini menggunakan dua macam teknik triangulasi, yaitu.⁵⁵

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian, Kuantitatif dan R&D*, 247-250.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian, Kuantitatif dan R&D*, 241.

1. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti dapat menggunakan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

G. Tahap-tahap Penelitian

Rancangan ini menggambarkan prosedur atau langkah-langkah yang harus ditempuh, waktu penelitian, sumber data dan kondisi arti apa data dikumpulkan dan dengan cara bagaimana data tersebut diolah.

1. Tahap Pra Lapangan
 - a. Menyusun Rencana Penelitian

Pada tahap ini, diawali dengan pengajuan judul disertakan laporan proposal kepada dosen penasehat akademik dan koordinator jurusan perbankan syariah melalui sister, setelah judul di setujui peneliti mendapatkan dosen pembimbing untuk arahan lebih lanjut.

- b. Memilih Lapangan Penelitian

Untuk memulai penelitian, peneliti memilih lapangan penelitian di BRI Cabang Jember. Dari hasil *survey*, BRI Cabang Jember menggunakan strategi diferensiasi dalam mencapai *competitive advantage*. Hal tersebut BRI Cabang Jember layak untuk di teliti lebih lanjut.

- c. Sebelum melakukan penelitian,

Peneliti sudah mengirim surat izin penelitian dari lembaga UIN KHAS kepada BRI Cabang Jember melalui via gmail untuk mendapatkan pengesahan izin meneliti.

d. Memilih dan Memanfaatkan Informan

Untuk mendapatkan informasi terkait judul yang akan diteliti, peneliti memilih melibatkan beberapa pihak-pihak terkait dari BRI Cabang Jember seperti kepala cabang yang memiliki pemahaman tentang strategi, manajer yang memiliki pemahaman terhadap layanan dan pemasaran, dan staf layanan atau customer service yang memahami kebutuhan nasabah, direktur operasional, dan staf.

e. Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

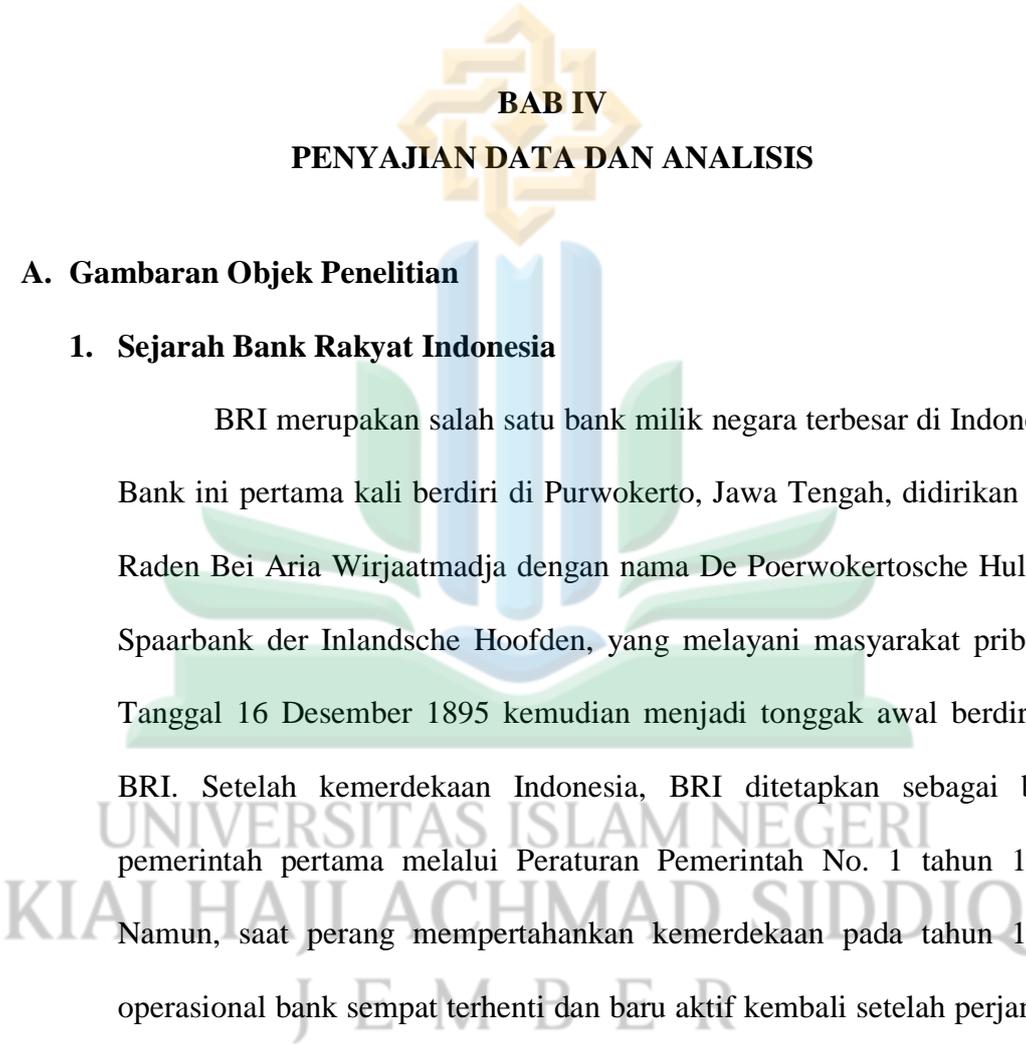
Untuk keberlangsungan penelitian, diperlukan persiapan perlengkapan dalam proses penelitian seperti catatan pertanyaan yang akan diwawancarai kepada informan, alat tulis, perekam suara dan lain sebagainya.

2. Tahap Pelaksanaan Lapangan

Peneliti sudah melakukan pemberian surat kepada pihak BRI Cabang Jember. Setelah mendapatkan izin dari BRI Cabang Jember untuk melakukan penelitian. Peneliti kemudian melakukan observasi menyeluruh terkait data berupa pertanyaan pada informan untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan membuat dokumen untuk mengumpulkan data relevan yang diperlukan peneliti.

3. Tahap Penyelesaian

Setelah mengumpulkan data yang diperlukan, langkah selanjutnya yaitu pengolahan dan analisis data hasil wawancara menggunakan deskriptif kualitatif, untuk disusun secara teratur dan terperinci sehingga laporan informasi mudah dipahami baik peneliti maupun pembaca.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Rakyat Indonesia

BRI merupakan salah satu bank milik negara terbesar di Indonesia. Bank ini pertama kali berdiri di Purwokerto, Jawa Tengah, didirikan oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden, yang melayani masyarakat pribumi. Tanggal 16 Desember 1895 kemudian menjadi tonggak awal berdirinya BRI. Setelah kemerdekaan Indonesia, BRI ditetapkan sebagai bank pemerintah pertama melalui Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946. Namun, saat perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, operasional bank sempat terhenti dan baru aktif kembali setelah perjanjian renville pada tahun 1949, dengan nama Bank Rakyat Indonesia Serikat.⁵⁶

Melalui PERPU No. 41 tahun 1960, BRI dilebur menjadi Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN), yang kemudian diintegrasikan ke Bank Indonesia pada tahun 1965 sebagai Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani, dan Nelayan. Selanjutnya, melalui Penetapan Presiden No. 17 tahun 1965, bank ini bergabung menjadi Bank Negara Indonesia sebagai unit yang menangani sektor rural. Perubahan besar terjadi pada 1 Agustus 1992, ketika BRI menjadi perseroan terbatas berdasarkan UU

⁵⁶ “Sejarah Bank Rakyat Indonesia,” Bank Rakyat Indonesia, diakses Mei 26 2025.
https://bri.co.id/o/com.BRI.corporate.website.ebook.reader.web/web/viewer.html?read=/documents/20123/56789/CP_Bank_BRI_27Juni.pdf.

Perbankan No. 7 tahun 1992 dan PP No. 21 tahun 1992. Awalnya, seluruh saham masih dimiliki pemerintah, hingga tahun 2003, saat 30% saham dilepas ke publik, mengubah statusnya menjadi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.⁵⁷

Gedung BRI Kantor Cabang Jember baru diresmikan pada tanggal 7 Desember 1995 oleh Djoko Santoso Moeljono di Tanjung Karang. Gedung BRI KC Jember ini terletak di Jalan Jendral Ahmad Yani No. 1, Kp. Using Jemberlor, Kecamatan Patrang Kabupaten Jember, Jawa Timur.⁵⁸

2. Profil Bank Rakyat Indonesia (BRI)

Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember merupakan salah satu dari 36 Kantor Cabang BRI yang ada di Jawa Timur. BRI Cabang Jember bertempat di Jalan Jendral Ahmad Yani No. 1, Kp. Using, Jemberlor, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Dengan lokasi bisnis perbankan yang cukup strategis serta didukung oleh 2 Kantor cabang Pembantu (KCP), 38 Unit, dan 14 Teras BRI yang tersebar di seluruh wilayah Jember yang menjadikan BRI sebagai lembaga keuangan bank yang selalu siap memberikan pelayanan yang memuaskan kepada masyarakat luas.

Perjalanan digital BRI dimulai sejak tahun 2016 yang ditandai dengan hadirnya BRI untuk memaksimalkan layanan digital banking. Proses digitalisasi di BRI meliputi 3 hal. Pertama, melakukan investas

⁵⁷ "Informasi Perusahaan," Bank Rakyat Indonesia, diakses April 28, 2025, <https://bri.co.id/info-perusahaan>.

⁵⁸ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025.

terhadap proses digitalisasi dari segi bisnis inti perusahaan. Kedua, melakukan eksplorasi agar bisa berkontribusi pada ekosistem layanan keuangan di luar bisnis inti. Ketiga, menemukan rancangan digital yang berbasis kecerdasan buatan dan data. BRI memiliki Sistem Informasi Manajemen untuk mengelola SDM berbasis teknologi informasi yang terintegrasi dengan proses pengelolaan SDM. Untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan SDM, pengembangan sistem IT terus dilakukan dengan suatu aplikasi berbasis web yang dapat diakses oleh seluruh pekerja untuk melakukan layanan secara mandiri dan menjalankan proses bisnis di bidang SDM. Selain dapat diakses melalui web, pada tahun 2019 BRI meluncurkan aplikasi tersebut dalam versi *mobile*.⁵⁹

3. Visi Misi Bank Indonesia⁶⁰

a. Visi

The Most Trusted Lifetime Financial Partner For Sustainable Growth.

b. Misi

1) Memberikan yang terbaik

Melakukan kegiatan dalam perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.

⁵⁹ BRI, Laporan Tahunan 2020, 86.

⁶⁰ "Informasi Perusahaan," Bank Rakyat Indonesia, diakses April 28, 2025, <https://bri.co.id/info-perusahaan>

2) Menyediakan pelayanan yang prima

Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang professional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menetapkan prinsip operasional dan *risk management excellent*.

3) Bekerja dengan optimal dan baik

Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *good corporate governance* yang sangat baik.

4. Nilai Utama Perusahaan

Budaya kerja pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dirumuskan menjadi 5 nilai-nilai pokok BRI dengan Lima Nilai (BRILiaN) yang di implementasikan melalui 10 sikap perilaku utama insan BRI dan 20 tindakan budaya kerja:

a. *Integrity* (Integritas)

Senantiasa berpikir berkata dan berperilaku terpuji, menjaga kehormatan dan taat aturan.

b. *Professionalise* (Profesional)

Berkomitmen bekerja tuntas dan akurat dengan kemampuan terbaik dan penuh tanggung jawab.

c. *Trust* (Kepercayaan)

Membangun keyakinan dan saling percaya di antara para stakeholders (pihak-pihak yang berkepentingan) demi kemajuan perusahaan.

d. *Innovation* (Inovasi)

Menggunakan kemampuan dan keahlian dalam menemukan solusi dan gagasan baru untuk menghasilkan produk atau kebijakan yang menjawab tantangan permasalahan perusahaan

e. *Customer Focus* (Fokus Pelanggan)

Senantiasa menjadikan pelanggan sebagai mitra utama yang saling menguntungkan untuk tumbuh secara berkesinambungan.⁶¹

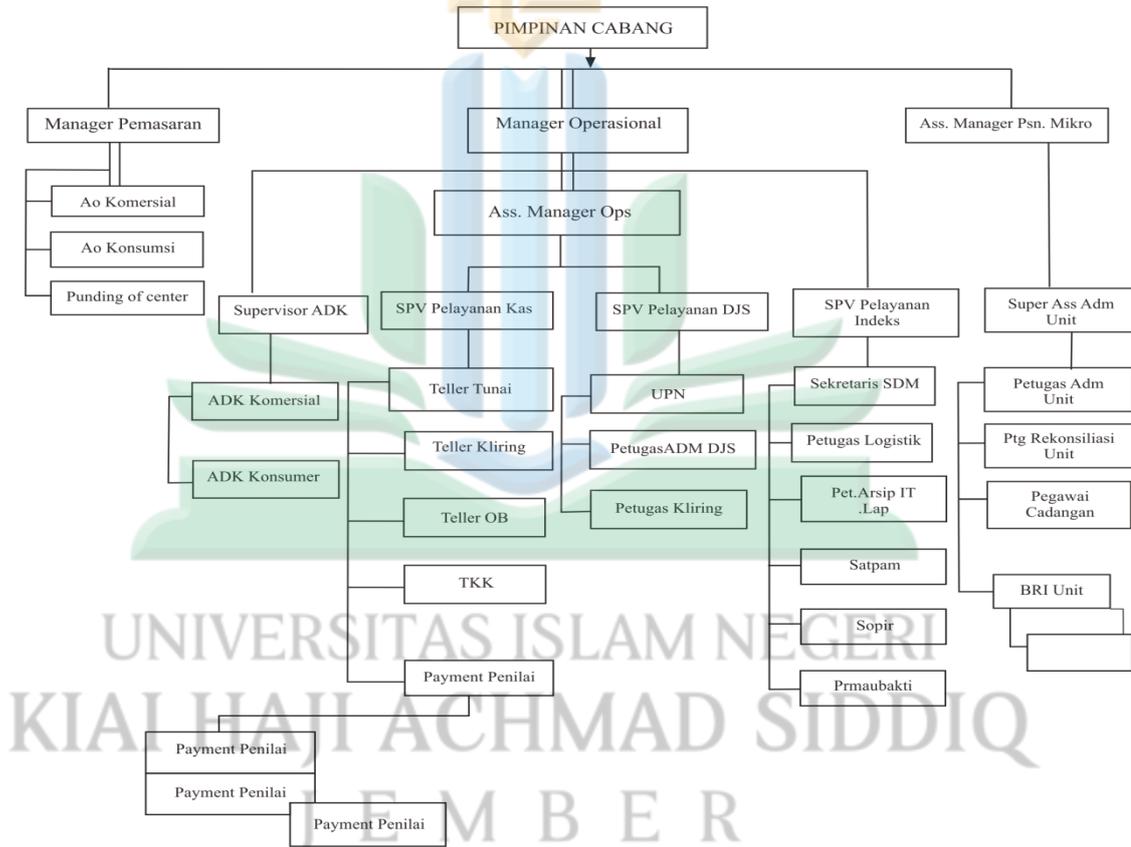
5. Struktur Perusahaan

Setiap organisasi pasti memiliki struktur organisasi yang menjadi bagian penting dalam operasionalnya. Setiap anggota di dalamnya memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing demi mendukung perkembangan organisasi tersebut. BRI Kantor Cabang Jember merupakan institusi perbankan formal yang memiliki sistem kepemimpinan yang terstruktur.⁶² Adapun struktur organisasi BRI Cabang Jember sebagai berikut:

⁶¹ “Bank Rakyat Indonesia”, diakses 18 Januari 2025.

⁶² Gerald, diwawancara oleh Penulis, Jember 17 Maret 2025.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BRI Cabang Jember

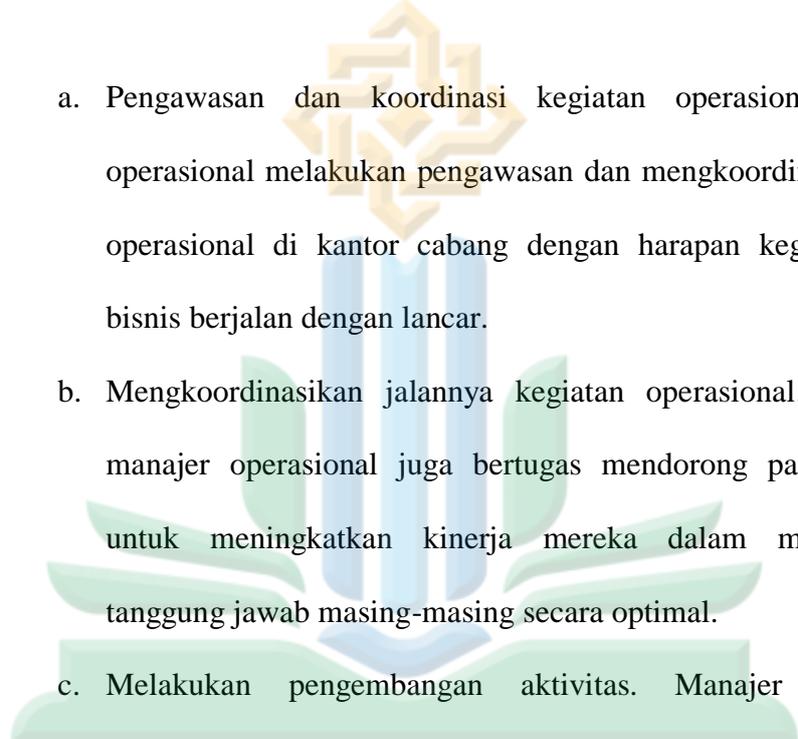


Sumber: Dokumentasi BRI Cabang Jember

Dari struktur di atas deskripsi pekerjaan BRI Kantor Cabang Jember terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu bagian pemasaran dan bagian operasional. Masing-masing bagian terdiri dari beberapa sub bagian yang berisi staf-staf yang berperan dalam mendukung pelaksanaan tugas dan tanggung jawab yang ada. Rincian tugas tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Manajer Operasional

Manajer operasional memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain:

- 
- a. Pengawasan dan koordinasi kegiatan operasional. Manajer operasional melakukan pengawasan dan mengkoordinasi kegiatan operasional di kantor cabang dengan harapan kegiatan proses bisnis berjalan dengan lancar.
 - b. Mengkoordinasikan jalannya kegiatan operasional. Selain itu, manajer operasional juga bertugas mendorong para karyawan untuk meningkatkan kinerja mereka dalam menyelesaikan tanggung jawab masing-masing secara optimal.
 - c. Melakukan pengembangan aktivitas. Manajer operasional bertanggung jawab dalam mengarahkan upaya pengembangan di kantor cabang, termasuk peningkatan layanan dan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
 - d. Melakukan pengamatan terhadap kinerja karyawan. Manajer operasional juga memiliki peran dalam memantau dan mengevaluasi performa tenaga kerja guna menilai sejauh mana mereka mampu menjalankan tugas yang diberikan.
 - e. Menyelesaikan permasalahan manajer operasional bertanggung jawab untuk menemukan dan memberikan solusi terhadap berbagai masalah yang ada pada operasional perusahaan

2. Supervisor Layanan Operasional

Supervisor layanan operasional memiliki tugas dan tanggung jawab diantaranya:

- a. Mengawasi staf dan mengatur proses kerja untuk mencapai tujuan perusahaan.
- b. Menerapkan sistem, prosedur, dan kebijakan.
- c. Memantau produktivitas karyawan dengan memberikan feedback dan pelatihan.
- d. Menetapkan kinerja sesuai rencana dan visi misi perusahaan.
- e. Menangani permasalahan pelanggan yang berkaitan dengan perusahaan

3. *Funding Officer*

Funding officer dalam perbankan memiliki tugas dan tanggung jawab yaitu:

- a. Mempromosikan produk bank agar nasabah tertarik untuk menyimpan dananya di bank.
- b. Melakukan pembukaan rekening tabungan baru serta akuisisi.
- c. Menjalin hubungan baik dan bersikap sopan dengan nasabah supaya nasabah yakin untuk menabung di bank.
- d. Mencapai target *funding* yang ditetapkan oleh perusahaan.
- e. Melakukan *follow up* terhadap produk yang telah dibeli oleh nasabah.

f. Melakukan *report* terhadap seluruh aktivitas yang telah dijalankan

4. *Salles Person*

Salles person memiliki tugas dan tanggung jawab diantaranya sebagai berikut:

a. Menjual barang atau jasa. Tugas utama *salles person* yaitu mencari *klien*, mempromosikan barang serta menjaga hubungan baik dengan *klien*.

b. Mengurus keperluan administratif konsumen. *Salles person* bertugas menyediakan dokumen dan informasi yang dibutuhkan konsumen untuk kelancaran proses transaksi.

c. Update perubahan trend yang terjadi di pasaran. Tugas ini dapat dilakukan dengan mengikuti seminar, membaca semua jenis publikasi, dan mengamati fluktuasi pasar.

d. Memiliki produk *knowledge* yang baik, tugas ini harus dihafal oleh *salles person* karena berkaitan dengan prospek perusahaan. Seperti informasi mengenai latar belakang, fitur, dan harga.

e. Menjaga nama baik perusahaan. Dalam penjualan produk, *salles person* memiliki peran yang sangat penting karena *salles person* berhubungan langsung dengan konsumen baik via telepon atau tatap muka. Sehingga harus menunjukkan perilaku yang sopan dan positif.

5. *Customer Service*

Customer service memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab diantaranya sebagai berikut:

- a. Memberikan layanan kepada nasabah, tugas ini berkaitan dengan penyediaan informasi dan bantuan terkait produk serta layanan perusahaan, seperti membantu nasabah dalam proses pembukaan rekening, deposito, hingga pengajuan kredit.
- b. Menangani proses pembukaan, pemblokiran, dan penutupan rekening nasabah. Selain membantu nasabah membuka rekening baru, *customer service* juga bertanggung jawab dalam menutup rekening, misalnya dalam kasus pelaporan penipuan atau permintaan pribadi nasabah.
- c. Melakukan pencetakan dokumen perbankan walaupun layanan perbankan digital sudah tersedia, *customer service* tetap harus melayani nasabah yang memerlukan pencetakan rekening koran, cek, bilyet giro, inkaso, dan dokumen penting lainnya.
- d. Mengurus administrasi nasabah termasuk di dalamnya adalah pencetakan buku tabungan dan pembuatan nota yang diperlukan oleh nasabah.
- e. Memberikan bantuan dan solusi atas permasalahan nasabah. Contohnya, menerbitkan kartu ATM baru jika kartu sebelumnya rusak atau tertelan mesin ATM.

- f. Menjalin dan memelihara hubungan baik dengan nasabah. *Customer service* harus membangun kepercayaan nasabah melalui pelayanan yang ramah dan profesional, sehingga nasabah merasa nyaman dan yakin terhadap perusahaan.

6. Produk Tabungan BRI

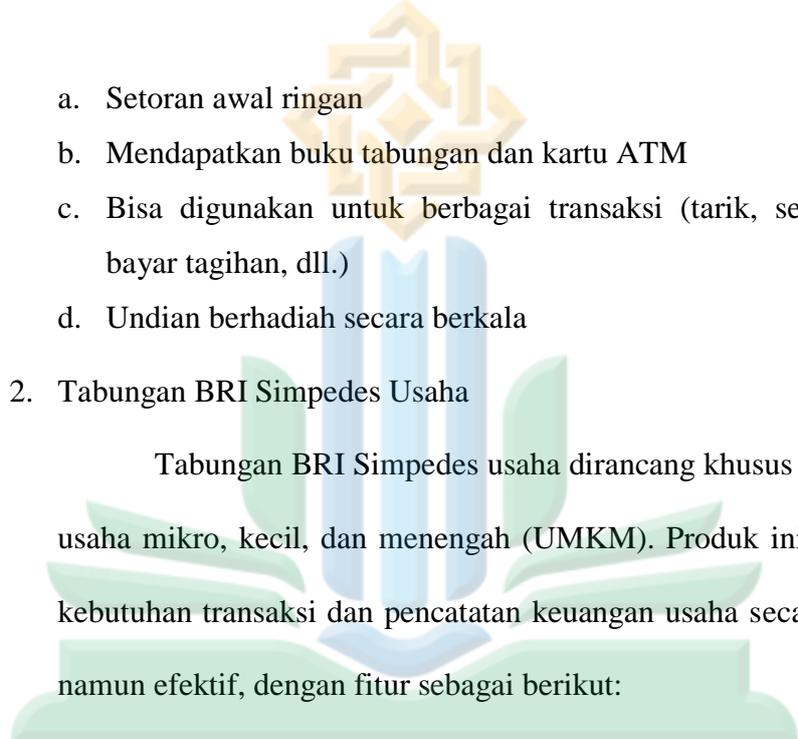
BRI Cabang Jember dalam kegiatannya yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan baik tabungan giro dan deposito kemudian disalurkan kembali melalui pembiayaan. Tabungan BRI adalah tabungan berupa mata uang rupiah yang penarikannya dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat jam buka kas di kantor BRI atau melalui kartu ATM, BRI memiliki tabungan unggulan yaitu:⁶³ Tabungan BRI Simpedes, tabungan BRI Simpedes USAHA, tabungan BISA, tabungan Umi, tabungan BRI Simpedes TKI. Adapun penjelasan produk tabungan yaitu:⁶⁴

1. Tabungan BRI Simpedes

Tabungan BRI Simpedes adalah produk tabungan yang ditujukan untuk masyarakat umum, baik di kota maupun pedesaan. Tabungan ini fleksibel dan mudah diakses, dengan setoran awal yang ringan dan jaringan BRI yang luas hingga pelosok desa. Keunggulan utamanya adalah kemudahan transaksi serta kesempatan ikut undian berhadiah. Tabungan ini cocok untuk nasabah yang ingin menabung sekaligus bertransaksi harian, fitur utama dari tabungan ini adalah

⁶³ Gerald Naufal, diwawancara oleh Penulis, Jember, 27 Februari, 2025.

⁶⁴ Bank Rakyat Indonesia, diakses 18 Januari 2025.

- 
- a. Setoran awal ringan
 - b. Mendapatkan buku tabungan dan kartu ATM
 - c. Bisa digunakan untuk berbagai transaksi (tarik, setor, transfer, bayar tagihan, dll.)
 - d. Undian berhadiah secara berkala
2. Tabungan BRI Simpedes Usaha

Tabungan BRI Simpedes usaha dirancang khusus untuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Produk ini mendukung kebutuhan transaksi dan pencatatan keuangan usaha secara sederhana namun efektif, dengan fitur sebagai berikut:

- a. Diperuntukkan bagi pelaku UMKM
 - b. Mempermudah pencatatan transaksi usaha
 - c. Mendapatkan akses pada layanan perbankan digital dan dukungan kredit usaha
 - d. Bisa digunakan sebagai dasar analisis kelayakan usaha untuk memperoleh pinjaman
3. Tabungan BISA (BRI Simpanan Anak)

Tabungan BISA adalah produk simpanan yang ditujukan untuk anak-anak, sebagai sarana edukasi keuangan sejak dini. Tabungan ini biasanya dibuka oleh orang tua atas nama anak, dengan fitur sebagai berikut:

- a. Diperuntukkan bagi anak-anak di bawah 17 tahun.
- b. Orang tua sebagai pendamping pengelolaan rekening.
- c. Tidak ada biaya administrasi bulanan.

d. Cocok untuk menanamkan kebiasaan menabung sejak dini.

4. Tabungan UMi (Ultra Mikro)

Tabungan UMi adalah produk tabungan untuk nasabah penerima pembiayaan Ultra Mikro dari BRI. Produk ini mendukung nasabah ultra mikro agar dapat menyimpan dana hasil usaha dan membangun kebiasaan menabung, dengan fitur sebagai berikut:

- a. Ditujukan bagi nasabah penerima pembiayaan UMi.
- b. Tanpa biaya administrasi.
- c. Membantu nasabah ultra mikro mengelola keuangan usaha kecil.
- d. Mendukung inklusi keuangan di segmen usaha kecil.

5. Tabungan BRI Simpedes TKI

Tabungan BRI Simpedes TKI adalah tabungan khusus untuk Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang bekerja di luar negeri. Tabungan ini memudahkan TKI dalam mengirim dan menyimpan uang dari luar negeri ke Indonesia dengan aman dan praktis, dengan fitur sebagai berikut:

- a. Dikhususkan untuk TKI di luar negeri.
- b. Memudahkan pengiriman uang dari luar negeri.
- c. Dapat digunakan untuk transaksi keluarga di Indonesia.
- d. Mendukung pengelolaan keuangan pribadi maupun keluarga TKI.

Tabungan Simpedes merupakan salah satu jenis tabungan di BRI yang memiliki sistem penyetoran yang dapat dilakukan setiap saat dan frekuensi pengambilan tidak dibatasi. Untuk meningkatkan

kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan, BRI selalu melakukan usaha secara terus menerus dengan pengembangan fasilitas dan fitur dalam bertransaksi. Oleh karena itu Tabungan Simpedes merupakan produk unggulan dari Bank Rakyat Indonesia. Tabungan Simpedes memberikan fasilitas berupa ATM/Debit BRI kepada nasabah dan untuk memudahkan transaksi, BRI menyediakan *e-banking*, antara lain ATM, *phone Banking*, *SMS Banking*, *point of sales*, *cash deposit machine*, mini ATM dan *internet banking*. Persyaratan pembukaan rekening tabungan Simpedes dan ketentuan umum di bank BRI Cabang Jember adalah sebagai berikut:

a. Syarat perorangan

1. Warga negara Indonesia.
2. WNI: Melampirkan *photocopy*, KTP/SIM.
3. WNA: Paspor atau surat keterangan pendukung.
4. Mengisi data dan menandatangani formulir data nasabah.

b. Syarat Perusahaan

1. Warga negara Indonesia.
2. Melampirkan fotokopi akta pendirian.
3. Melampirkan fotokopi NPWP.
4. Melampirkan fotokopi KTP.
5. Melampirkan surat kuasa untuk bertindak atas nama lembaga bagi yang mewakili lembaga sesuai dengan AD/ART.

6. Mengisi dan menandatangani formulir data nasabah lembaga serta tanda tangan.
7. Memberikan setoran awal minimum Rp50.000.⁶⁵

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan proses penyusunan informasi yang memberi kemungkinan adanya kesimpulan dalam penelitian kualitatif, penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan sejenisnya. Dengan penyajian data ini akan memudahkan peneliti untuk memahami masalah yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya sesuai dengan yang sudah dipahami.⁶⁶ Data yang diambil dari observasi, wawancara dan dokumentasi akan dijelaskan secara deskriptif kualitatif yakni peneliti menggambarkan data-data yang ada tanpa menggunakan hipotesis untuk meneliti tentang “Implementasi Strategi Diferensiasi pada Produk Tabungan Simpedes dalam Mencapai *Competitive Advantage* di Bank BRI Kantor Cabang Jember.”

Setelah peneliti melakukan penelitian di Bank BRI Kantoir Cabang Jember dengan metode observasi dan wawancara, dapat dipaparkan temuan penelitian sebagai berikut:

1. Faktor Keunggulan Produk Tabungan Simpedes BRI Cabang Jember

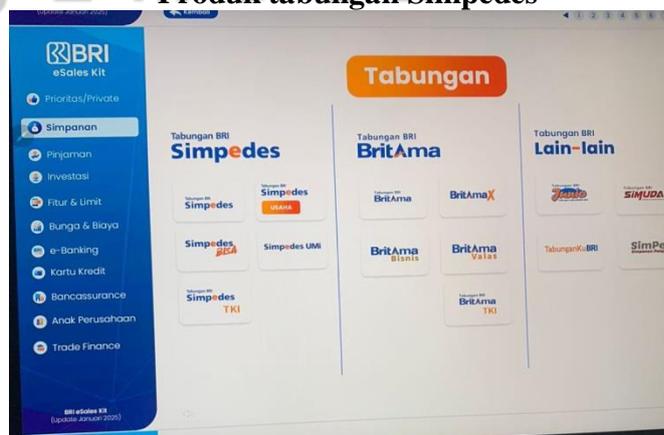
⁶⁵ Gerald Naufal, diwawancara oleh Peneliti, Jember 27 Februari, 2025.

⁶⁶ Nurhaswinda, et al., “Penyajian Data,” *LANCAH Jurnal Inovasi dan Tren* 3 no.1 (2025): 63.

Keberhasilan suatu produk tidak terlepas dari adanya usaha perusahaan untuk membuat program atau keunggulan. Hal ini dikarenakan perkembangan dalam persaingan semakin ketat terhadap produk yang diproduksi menjadi faktor penunjang utama pada setiap usaha. Dalam prosesnya dibutuhkan model keunikan produk yang terorganisir dengan baik. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Gerald sebagai *customer service* BRI Cabang Jember saat wawancara:

Tabungan Simpedes sendiri mempunyai berbagai macam jenis, tabungan yang banyak diminati nasabah yaitu BRI Simpedes yang biaya administrasinya murah dan memiliki banyak undian, Simpedes usaha yang digunakan untuk usaha, tabungan BISA yang dikhususkan untuk anak” tanpa administrasi dan tanpa setoran awal, tabungan Umi yang mendukung keuangan masyarakat dengan penghasilan rendah dan yang terakhir tabungan Simpedes TKI yang mempermudah antara transaksi TKI dan keluarga di tanah air.⁶⁷

Gambar 4.2
Produk tabungan Simpedes



Hal ini diperkuat oleh Bapak Aditya saat wawancara menyatakan:

Salah satu keunikan utama dari tabungan Simpedes adalah fokusnya yang sangat kuat pada masyarakat pedesaan dan

⁶⁷ Gerald, diwawancara oleh Penulis, Jember, 27 Februari 2025.

UMKM dengan strategi pemasaran yaitu menentukan target pada produk.⁶⁸

Didalam strategi pemasaran terdapat strategi segmentasi dengan tujuan utama dari strategi adalah menentukan segmen bisnis yang sesuai. Segmentasi merupakan sebuah proses yang digunakan untuk pembagian dari sebuah kelompok untuk calon konsumen dengan berdasarkan karakteristik yang berbeda. Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Aditya sebagai berikut:

Segmentasi yang dilakukan oleh BRI Cabang Jember melihat dari skala usia, segmentasi itu bisa kita ketahui kalo benar-benar ketemu dengan nasabah kemudian kita bisa mensegmen dia dari segi apa.⁶⁹

Setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasar kemudian bank mengevaluasi beragam segmen untuk menentukan segmen mana yang kemudian dijadikan target pasar, dalam menentukan target pasar tentunya BRI memilih segmen yang telah ditentukan sebelumnya, sasaran pasar yang dituju adalah masyarakat yang pedesaan dan pelaku UMKM. Hal ini juga dipaparkan oleh Bapak Aditya sebagai berikut:

Target yang dituju adalah masyarakat pedesaan, pedagang dan ibu rumah tangga. Mereka biasanya membutuhkan layanan perbankan yang mudah diakses.⁷⁰

Dari hasil wawancara masing-masing jenis memiliki kelebihan dan sasaran pengguna yang berbeda-beda. Jenis tabungan yang populer dan banyak diminati yaitu tabungan Simpedes. terlihat bahwa BRI menyediakan produk tabungan Simpedes dalam berbagai variasi, yang

⁶⁸ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025.

⁶⁹ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025

⁷⁰ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025.

masing-masing disesuaikan dengan segmen pasar tertentu mulai dari masyarakat umum, pelaku usaha, anak-anak, masyarakat berpenghasilan rendah, hingga tenaga kerja Indonesia. Faktor yang mendukung tabungan Simpedes menjadi produk yang unggul yaitu dilihat dari:

a. Fitur Keunikan Produk Tabungan Simpedes

Fitur tabungan adalah serangkaian layanan, fasilitas, dan manfaat yang disediakan oleh bank kepada nasabah dalam produk tabungan. Fitur-fitur ini dirancang untuk memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai aktivitas keuangan seperti menabung, menarik dana, melakukan transfer, serta transaksi pembayaran dan pembelian.

Selain itu, fitur tabungan juga mencakup aspek keamanan dana, kemudahan akses melalui layanan digital, dan potensi mendapatkan bunga atau keuntungan lainnya. Setiap jenis tabungan memiliki fitur yang disesuaikan dengan tujuan dan segmen nasabah, seperti tabungan untuk umum, pelaku usaha, anak-anak, maupun pekerja migran. Fitur yang lengkap dan sesuai kebutuhan akan membantu nasabah mengelola keuangan dengan lebih efektif dan efisien. Seperti yang dikatakan Bapak Aditya sebagai berikut:

Tabungan Simpedes sendiri memiliki lima jenis tabungan fitur yang berbeda-beda tergantung dengan kebutuhan nasabah. Adapun jenis tabungan Simpedes yaitu tabungan BRI Simpedes, tabungan BRI Simpedes USAHA, Tabungan BISA, Tabungan Ultra Mikro dan Tabungan BRI Simpedes TKI.⁷¹

⁷¹ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025.

Dikatakan juga oleh bapak Gerald

Produk Tabungan Simpedes menawarkan fitur unggulan seperti setoran awal yang ringan Rp50.000, biaya administrasi rendah, serta kemudahan transaksi melalui ATM, BRImo, dan internet banking. Nasabah juga otomatis ikut serta dalam program undian berhadiah. Dengan jaringan BRI yang luas hingga pelosok desa, layanan Simpedes mudah diakses masyarakat.⁷²

Gambar 4.3
Dokumentasi Bukti Fisik Melalui Aplikasi Mobile Banking.



Dari hasil wawancara diatas bisa kita ketahui tabungan Simpedes memiliki lima jenis tabungan dengan fitur yang berbeda-beda yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing nasabah. Artinya, BRI tidak hanya menyediakan satu jenis produk Simpedes saja, tetapi mengembangkan variasi tabungan berdasarkan kebutuhan khusus, seperti:

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan yang dirancang untuk membantu perusahaan mencapai tujuan pemasarannya. Pemasaran sendiri merupakan proses untuk mengenali serta memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang

⁷² Gerald, diwawancara oleh Penulis, Jember, 17 Februari 2025.

memberikan keuntungan. Manajemen pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjangkau pasar sasaran, salah satunya melalui pembangunan hubungan yang efektif dan komunikasi yang baik, sehingga pada akhirnya dapat memberikan manfaat bagi. Sebaik apapun produk yang ditawarkan, tetapi jika pemasarannya kurang tentu produk tersebut tidak dikenal oleh banyak nasabah.⁷³ Dengan memperhatikan beberapa bagian seperti segmentasi pasar yang dituju, harga produk dan bagaimana distribusi produk. Hal ini disampaikan oleh Bapak Aditya pada saat wawancara:

Salah satu strategi pemasaran yang cukup efektif untuk mengenalkan Tabungan Simpedes adalah dengan melakukan promosi langsung di pasar-pasar. Tim kami rutin turun ke lapangan, khususnya ke pasar-pasar di wilayah pedesaan dan kota, untuk membuka informasi kepada pedagang serta pengunjung pasar.⁷⁴

Gambar 4.4
Dokumentasi Promosi Produk dengan Program tabungan Simpedes



⁷³ M.F. Hidayatullah, Ayu Indahwati, Nurul Setianingrum, dan Ahmadio, “Strategi Pemasaran Produk MitraGuna di Bank Syariah Indonesia,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah* 06, no. 1 (2024): 2837.

⁷⁴ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025.

Bapak Aditya pada juga mengatakan saat wawancara:

Untuk produk yang banyak diminati nasabah yaitu tabungan Simpedes. Kita meningkatkan jumlah tabungan dengan strategi pemasaran dengan inovasi baru melalui program Gempita yang sudah terlaksana sekitar 1 bulan yang lalu, dengan jangka tertentu. Yaitu per 3 bulan nasabah akan mendapatkan kupon dengan persyaratan jumlah tabungan minimal 10 juta berlaku kelipatan. Pemasaran yang digunakan pada program bersosialisasi ke lingkungan masyarakat dan menjelaskan manfaat menabung dan cara mengikuti program Gempita.⁷⁵

Hasil wawancara diatas adalah produk yang menjadi fokus dalam program ini adalah tabungan BRI Simpedes, dapat disimpulkan bahwa tabungan Simpedes merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah. Untuk meningkatkan jumlah tabungan, pihak BRI telah menerapkan strategi pemasaran berbasis inovasi, salah satunya melalui peluncuran program Gempita. Program Gempita ini sudah mulai dijalankan sekitar satu bulan yang lalu dan dirancang untuk berlangsung dalam periode tertentu. Mekanisme program tersebut adalah pemberian kupon undian setiap tiga bulan sekali kepada nasabah yang memiliki saldo tabungan minimal Rp10 juta, dengan kupon yang berlaku kelipatan. Artinya, semakin besar saldo tabungan, semakin banyak kupon yang diperoleh nasabah, sehingga peluang menang lebih besar. Strategi pemasaran yang digunakan untuk mendukung program ini adalah dengan sosialisasi langsung ke masyarakat, baik secara individu maupun kelompok. Dalam kegiatan ini, pihak bank menjelaskan manfaat menabung serta cara mengikuti

⁷⁵ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025.

program Gempita, dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat untuk menabung lebih banyak di produk Simpedes. Untuk meningkatkan jumlah tabungan dan partisipasi nasabah, pihak bank telah mengembangkan strategi pemasaran berbasis pendekatan inovatif, yaitu melalui program GEMPITA (*Gerakan Menggugah Potensi Tabungan*).

Peneliti menyimpulkan bahwa model keunikan produk tabungan Simpedes dilakukan secara detail, terorganisir dan sistematis dengan ketentuan tertentu. Program ini diawali dengan tahap pengajuan ide yang menjadi dasar perencanaan dan pengembangan lebih lanjut. Setelah melalui proses perencanaan dan pelaksanaan yang matang, program Gempita akan siap untuk diluncurkan. Selanjutnya, program ini akan dipasarkan secara khusus kepada nasabah pengguna tabungan Simpedes sebagai target utama. Dengan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan program Gempita dapat meningkatkan daya tarik serta mempertahankan keunggulan produk Simpedes di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Dalam islam, produk yang dipasarkan tidak hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar saja tetapi juga mengaplikasikan nilai-nilai dalam prosesnya.

c. Cara Mempertahankan *Competitive Advantage*

Strategi untuk mempertahankan *competitive advantage* atau sangat penting agar suatu produk atau layanan tetap unggul ditengah

persaingan pasar yang ketat. Salah satu pendekatan utama adalah dengan terus melakukan inovasi, baik dari segi produk, layanan, maupun proses bisnis, agar tetap relevan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berubah. Selain itu, menjaga kualitas secara konsisten dan memberikan nilai tambah yang unik juga menjadi kunci penting. Seperti yang dikatakan Bapak Aditya:

Untuk mempertahankan keunggulan, kami sangat mengandalkan kepercayaan nasabah. Selain itu, kami juga terus membangun loyalitas nasabah dengan memberikan pelayanan yang konsisten, ramah, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Kami percaya bahwa dengan menjaga loyalitas, nasabah akan tetap setia menggunakan produk kami. Di samping itu, kami juga mengadakan berbagai program menarik dan inovatif.⁷⁶

Hasil wawancara diatas menjelaskan strategi yang dilakukan oleh suatu pihak BRI Cabang Jember untuk mempertahankan keunggulan produk mereka di tengah persaingan pasar. Inti dari strategi tersebut terletak pada kepercayaan dianggap sebagai fondasi dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah. Artinya, apabila nasabah merasa percaya terhadap layanan dan produk yang diberikan, mereka cenderung akan tetap menggunakan produk tersebut dan tidak berpindah ke pesaing. Selain kepercayaan, perusahaan juga fokus membangun loyalitas, yaitu kesetiaan nasabah terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Loyalitas ini dijaga melalui pelayanan yang konsisten, ramah, dan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, sehingga mereka merasa dihargai dan puas. Untuk menjaga antusiasme nasabah, perusahaan secara rutin meluncurkan program-program baru

⁷⁶ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025.

yang bersifat menarik dan memberikan nilai tambah. Program ini tidak hanya sebagai penghargaan bagi nasabah, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan daya tarik produk dibandingkan kompetitor. Secara keseluruhan, strategi ini menunjukkan pendekatan yang berfokus pada kepuasan dan hubungan baik dengan nasabah sebagai kunci mempertahankan *competitive advantage*.

2. Penerapan Strategi Diferensiasi pada Produk Tabungan Simpedes BRI Cabang Jember

Strategi diferensiasi merupakan strategi yang digunakan guna memberikan nilai yang berbeda dengan produk lain yang menjadi kompetitornya. Strategi ini berkaitan dengan keunikan pada produknya.

Terkait hal tersebut, Bapak Aditya menyampaikan:

Kalau bicara kelebihan atau keunikan produk ini sendiri, yang menjadi nilai lebih produk kita dibanding yaitu produk tabungan Simpedes ini memiliki program yang berbeda. Dari segi tampilan buku tabungan dan biaya penyetoran awal pembukaan rekening berbeda dengan tabungan yang lain. jadi inovasi yang digunakan untuk menarik minat nasabah terhadap produk tabungan Simpedes.⁷⁷

Bapak Aditya juga mengatakan bahwa banyak nasabah tertarik dengan tabungan Simpedes karena adanya program hadiah dalam wawancara beliau mengatakan:

Kalo uniknya dari Simpedes sendiri ya dari hadiah, nasabah pasti pengen dapat hadiah bisa tahunan dan bulanan juga tergantung nasabah menabung seberapa banyak. Makanya nasabah jadi semangat menabung dan mendapatkan kupon hadiah yang menguntungkan dari tabungan Simpedes dan merasa tidak sia-sia.⁷⁸

⁷⁷ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025.

⁷⁸ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025.

Gambar 4.5
Program Tabungan Simpedes



Dari hasil wawancara di atas yang telah dilakukan, dapat diketahui membuat produk yang unik atau berbeda dengan yang lainnya merupakan salah satu cara yang dilakukan pada strategi

diferensiasi untuk menarik minat nasabah. Keunikan produk juga menjadi daya tarik bagi konsumen, sebab mereka juga menginginkan manfaat atau keuntungan dari produk tabungan Simpedes sendiri. produk tabungan Simpedes memiliki beberapa kelebihan dan keunikan yang menjadi nilai lebih dibandingkan dengan produk tabungan lainnya. Beberapa poin penting yang bisa disimpulkan dari pernyataan tersebut antara lain:

a. Program yang berbeda

Tabungan Simpedes menawarkan program yang tidak dimiliki oleh produk tabungan lain. Dimana program yang digunakan yaitu program Gempita yang setiap bulan nasabah mendapatkan reward. Hal ini menunjukkan adanya inovasi dalam penawaran produk untuk menarik minat nasabah.

b. Tampilan buku yang berbeda

Dari segi visual atau desain buku tabungan, Simpedes tampil dengan sesuatu yang khas atau berbeda. Ini bisa memberikan kesan eksklusif atau identitas yang lebih kuat terhadap nasabah.

Gambar 4.6
Tampilan Buku Tabungan Simpedes



c. Inovasi sebagai daya tarik

Secara keseluruhan, keunikan dan perbedaan dari produk Simpedes dibanding tabungan lain digunakan sebagai bentuk inovasi untuk menarik lebih banyak nasabah. Wawancara ini menekankan bahwa keunggulan Simpedes terletak pada diferensiasi produk yang dirancang untuk meningkatkan daya saing dan minat masyarakat dalam membuka rekening.

Hal ini juga dikuatkan dari penilaian nasabah terhadap produk tabungan Simpedes seperti yang dikatakan Ibu Suryaningsih sebagai pengguna tabungan Simpedes:

Saya pilih Simpedes karena setoran awalnya ringan sudah bisa buka tabungan. Selain itu, BRI juga dekat dari tempat tinggal saya dan pelayanannya cepat. Saya juga merasa puas dengan pelayanan BRI. BRI lebih merakyat, hadiahnya banyak, terus programnya juga banyak yang bantu usaha kecil seperti saya. Ada juga undian berhadiah, walau belum pernah menang, tapi itu menarik.”⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa alasan utama nasabah memilih tabungan Simpedes dari BRI adalah karena setoran awal yang ringan, sehingga menjadikannya produk yang terjangkau dan mudah diakses oleh masyarakat, khususnya segmen ekonomi menengah ke bawah. Selain itu, faktor lokasi yang dekat dengan tempat tinggal nasabah juga memberikan kemudahan akses dan membentuk persepsi positif terhadap pelayanan BRI. Nasabah juga mengaku puas dengan pelayanan yang cepat dan efisien, yang menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga loyalitas. BRI dipandang sebagai bank yang “merakyat” karena citranya yang dekat dengan masyarakat kecil dan pedesaan, sejalan dengan strategi diferensiasi BRI sebagai bank yang fokus pada UMKM dan masyarakat luas. Keunggulan lain yang diakui nasabah adalah banyaknya program BRI yang mendukung usaha kecil, menunjukkan bahwa layanan tambahan seperti pembiayaan dan pelatihan turut memberikan nilai tambah. Meskipun belum pernah menang, adanya undian berhadiah juga menjadi daya tarik tersendiri dan menunjukkan bahwa program loyalitas serta promosi masih efektif dalam menarik dan

⁷⁹ Ibu Suryaningsih, diwawancara oleh Penulis, Jember, 13 Maret 2025.

mempertahankan nasabah. Dengan demikian, Simpedes unggul karena memadukan kemudahan akses, pelayanan prima, kedekatan emosional, serta dukungan nyata bagi pelaku usaha kecil.

Hal ini juga sama yang dikatakan oleh Ibu Ributwati selaku nasabah pengguna tabungan Simpedes:

Saya pilih Simpedes karena kantor BRI dekat dari rumah., saya juga udah lama kenal BRI. Prosesnya yang gampang cukup bawa KTP sama uang awal aja. Saya juga merasa lebih aman nabung di bank pemerintah seperti BRI. BRI juga lebih peduli sama masyarakat kecil. Saya pernah ikut undian Simpedes, walau belum menang dan banyak agen BRILink di sekitar rumah, jadi kalau bank tutup, saya bisa tetap setor atau tarik uang.⁸⁰

Nasabah memilih tabungan Simpedes karena berbagai alasan yang mencerminkan keberhasilan strategi diferensiasi dan inklusi keuangan BRI. Lokasi kantor BRI yang dekat dari rumah menjadi salah satu pertimbangan utama karena memberikan kemudahan akses dan kenyamanan dalam bertransaksi. Selain itu, hubungan yang telah terjalin lama dengan BRI membentuk tingkat loyalitas dan kepercayaan yang tinggi terhadap institusi ini. Proses pembukaan rekening yang mudah, cukup dengan membawa KTP dan setoran awal, menunjukkan kesederhanaan dan inklusivitas layanan Simpedes. Kepercayaan nasabah juga diperkuat oleh status BRI sebagai bank milik pemerintah yang dianggap aman dan stabil, terutama oleh masyarakat menengah ke bawah. Citra BRI sebagai bank yang peduli terhadap masyarakat kecil turut

⁸⁰ Ibu Ributwati diwawancara oleh Penulis, Jember, 8 Mei 2025.

memperkuat pilihan nasabah, mengingat BRI aktif mendukung sektor UMKM dan rakyat kecil. Program undian Simpedes meskipun belum memberikan kemenangan, tetap menjadi daya tarik karena memberikan harapan dan semangat untuk terus menabung. Ditambah lagi, keberadaan agen BRILink di sekitar tempat tinggal nasabah memperluas akses layanan perbankan, bahkan di luar jam operasional kantor, sehingga semakin memudahkan masyarakat. Seluruh faktor ini menunjukkan bahwa BRI berhasil menciptakan layanan yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan masyarakat luas.

Dan dikatakan juga oleh Bapak Suparto sebagai berikut:

Saya memilih tabungan Simpedes karena setoran awalnya ringan, hanya seratus ribu rupiah, dan bisa menabung sedikit-sedikit. BRI juga mudah dijangkau, dekat dengan pasar, dan sering ada petugas yang datang langsung. Yang membuat Simpedes berbeda adalah adanya undian berhadiah. Tahun ini saya bahkan beruntung mendapat hadiah motor. Pelayanan BRI juga cepat dan ramah.⁸¹

Hasil wawancara nasabah memilih Simpedes karena persyaratan pembukaan rekening yang terjangkau. Hal ini sangat menarik bagi masyarakat dari berbagai kalangan, terutama pelaku usaha kecil dan menengah yang mungkin memiliki keterbatasan dana. Nasabah melihat BRI sebagai bank yang dekat dengan masyarakat kecil dan menengah, yang memberikan kesan peduli terhadap semua lapisan masyarakat. Banyak hadiah dan program untuk usaha kecil

⁸¹ Bapak Suparto diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Mei 2025.

Keberadaan undian berhadiah serta program-program yang mendukung pelaku usaha kecil (seperti KUR atau pelatihan UMKM) serta BRI sendiri mempunyai agen BRILink yang memudahkan nasabah dan membuat nasabah merasa diperhatikan dan diuntungkan secara langsung oleh BRI.

Salah satu strategi utama dalam program ini adalah dengan melakukan pendekatan secara personal kepada nasabah. Salah satu strategi menarik perhatian nasabah adalah melalui Gempita atau bisa dikenal program undian berhadiah, yang menjadi daya tarik utama dalam pemasaran. Program ini menyasar nasabah aktif dan loyal sebagai bentuk apresiasi dan motivasi untuk terus menabung. Ini dilakukan agar nasabah merasa lebih dihargai, diperhatikan, dan memiliki keterikatan emosional dengan produk Simpedes. BRI mempunyai Inovasi digital menjadi salah satu penunjang utama dalam menjalankan program ini. Penggunaan aplikasi digital, layanan *online*, dan sistem informasi yang terintegrasi membantu memperkuat hubungan antara nasabah dan produk. Fokus ini dilakukan agar program berjalan lebih efektif dan memberikan dampak maksimal pada peningkatan loyalitas nasabah. Melalui program ini, Simpedes tidak hanya menjadi pilihan untuk menabung, tetapi juga memberikan pengalaman dan keuntungan lebih yang membuat nasabah merasa puas dan ingin tetap bertahan.

C. Pembahasan Temuan

1. Faktor Keunggulan Tabungan Simpedes BRI Cabang Jember

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada BRI Cabang Jember diperoleh informasi bahwa keunggulan produk dilakukan dengan menerapkan program Gempita. Adapun hasil temuan yang diperoleh dari hasil wawancara keunikan produk tabungan Simpedes BRI Cabang Jember dilakukan dengan cara membuat program, fitur atau keunikan produk, strategi pemasaran serta mempertahankan *competitive advantage*. Dalam proses membuat program pasti memiliki tujuan yang penting dengan menjadikan produk tabungan Simpedes lebih banyak diminati dan mempunyai banyak keuntungan bagi nasabah. Program Gempita sendiri memiliki kelebihan agar dapat memperoleh hasil yang baik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah sehingga nantinya keunikan produk yang dilakukan dapat memperoleh kinerja yang baik.

Strategi yang dapat menonjolkan keunikan produk mereka dibandingkan dengan membuat perbedaan pada produk untuk meraih keuntungan maksimal di pasar sasaran. Selain membedakan aspek fisik produk, perusahaan juga dapat menciptakan perbedaan melalui layanan yang menyertainya.⁸² Dengan strategi *positioning* yang baik dibangun untuk mendukung strategi utama perusahaan, untuk perusahaan yang memiliki tujuan memenangkan persaingan atau merebut konsumen pesaingnya, *competitive positioning* dapat berupa pernyataan tentang

⁸² Gary Armstrong, Philips Kotler, Michael Harker, dan Ross Brennan, *Marketing An Introduction* (Harlow, Inggris: Pearson Education Limited, 2019), 55.

bagaimana dan di mana pasar tersebut akan diperoleh. Artinya, *positioning* yang kompetitif dapat berupa pernyataan pasar sasaran, tempat perusahaan akan berkompetisi, memiliki manfaat yang berbeda dengan pesaing, serta menunjukkan cara perusahaan berkompetisi.⁸³ Jika sebuah perusahaan ingin meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, maka perusahaan perlu memilih prinsip strategis yang jelas dalam menjalankan usahanya.

Salah satu prinsip utama yang harus dipilih adalah antara menetapkan produk dengan harga tinggi melalui diferensiasi, atau menekan biaya serendah mungkin untuk bersaing dari sisi harga. Tidak memungkinkan untuk mengutamakan kedua strategi ini secara bersamaan karena masing-masing membutuhkan fokus dan pendekatan operasional yang berbeda. Dalam konteks strategi diferensiasi, perusahaan memilih untuk menonjolkan keunikan produknya dibandingkan dengan produk pesaing, baik dari segi kualitas, fitur, desain, maupun nilai tambah lainnya. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan persepsi eksklusivitas di mata konsumen, sehingga mereka bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan produk yang dianggap lebih unggul atau berbeda.⁸⁴

Model keunikan produk yang dijelaskan dalam penelitian ini mempunyai beberapa penjelasan yaitu dimulai dengan adanya ide, pengembangan konsep, fitur keunikan produk, strategi pemasaran dan cara untuk mempertahankan *competitive advantage*. Hasil penelitian yang telah

⁸³ Suci Purwadari, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 170.

⁸⁴ Cepi Pahlevi dan Muhammad Ichwan Musa, *Manajemen Strategi* (Makasar: Intelektual Karya Nusantara, 2023), 113.

peneliti lakukan, bahwa dalam keunikan produk yang dilakukan oleh BRI Cabang Jember menerapkan keuntungan bagi nasabah dan menerapkan nilai-nilai pada prosesnya walaupun tidak maksimal secara keseluruhan. Sebagaimana dalam islam, bahwa seorang produsen akan memperoleh masalah yang maksimum apabila dapat mengaplikasikan nilai-nilai islam dalam produksinya.

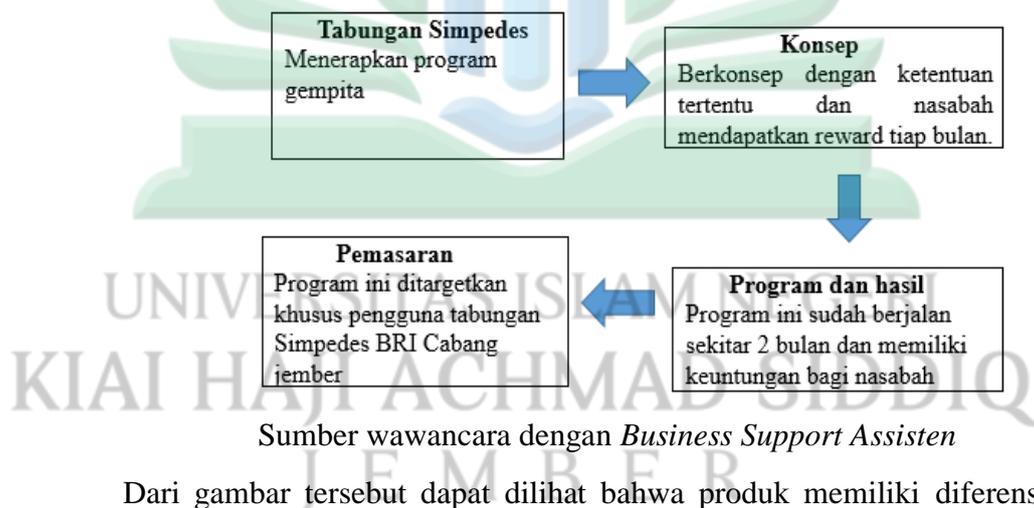
Hasil penelitian ini juga sama dengan studi yang dilakukan oleh Eviana Indah Permatasari dan Frida Fanani Rohma yang berjudul “Inovasi dan Diferensiasi Strategi Bank Jatim KCP Babat dalam Menghadapi Persaingan Industri Perbankan.” Dalam menghadapi persaingan, Bank Jatim KCP Babat menekankan pentingnya strategi untuk menarik nasabah dan memenangkan pasar. Strategi yang diterapkan meliputi peningkatan pelayanan, penyediaan sarana prasarana yang nyaman, serta pemasaran langsung ke lapangan. Produk yang ditawarkan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, seperti tabungan, deposito, kredit, asuransi, layanan e-samsat, hingga layanan digital banking. Bank juga berupaya memberikan solusi keuangan terbaik dan menjalankan operasional sesuai SOP guna meminimalkan masalah dengan nasabah. Dalam pemasaran, pendekatannya dimulai dengan mengenali calon nasabah, menawarkan produk yang sesuai, membangun komunikasi intensif, serta menonjolkan keunggulan produk untuk menarik minat calon nasabah.⁸⁵

⁸⁵ Erviana Indah Permatasari dan Frida Fanani Rohma, “Inovasi dan Diferensiasi Strategi Bank Jatim KCP Babat dalam Menghadapi Persaingan Industri Perbankan,” *Journal Syntax Idea* 6, no. 06 (2024): 2660.

2. Penerapan Strategi pada Produk Tabungan Simpedes BRI Cabang Jember

Berdasarkan dari hasil wawancara dan pengamatan yang peneliti lakukan, BRI Cabang Jember menggunakan strategi generik diferensiasi sebagai berikut:

Gambar 4.7
Strategi Diferensiasi BRI Cabang Jember



Sumber wawancara dengan *Business Support Assisten*

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa produk memiliki diferensiasi, diantaranya:

- a. Menggunakan program Gempita yang ditawarkan contoh hadiah yang ditawarkan seperti alat elektronik dan kebutuhan sehari-hari seperti parcel lebaran.
- b. Produk tabungan Simpedes memiliki strategi yang menjadikan produk lebih unggul dari pesaing

Strategi generik yang terdiri dari 3 strategi generik yaitu, strategi biaya rendah, strategi diferensiasi, strategi fokus.⁸⁶ Salah satu strategi

⁸⁶ Michael E Porter, *Strategi Bersaing* (Tangerang: Kharisma Publishing Group, 2007), 70.

yang digunakan digunakan oleh perusahaan ialah strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi ini merupakan strategi yang digunakan untuk mengimplementasikan keunikan pada suatu produk. Strategi ini merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan keuntungan di atas rata-rata dalam sektor perbankan maupun industri.

Peneliti menganalisis strategi generik diferensiasi yang diterapkan oleh BRI Cabang Jember dapat digunakan untuk mencapai keuntungan yang baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan menempatkan nilai pembeda dibandingkan dengan produk lainnya, produk tersebut menjadi lebih istimewa. Dengan menekankan aspek-aspek penunjang yang menunjukkan keunikan produk, maka produk tabungan Simpedes mampu menarik minat nasabah dan memasarkan produknya secara khusus bagi nasabah BRI Cabang Jember.

Hasil penelitian ini juga sama dengan studi yang dilakukan oleh Akhmad Muhammadin, Rashila Ramli dan Nuramal “Analisis Strategi Generik dalam Industri Perbankan di Indonesia.” Dalam penelitiannya, menunjukkan bahwa strategi generik mencakup strategi diferensiasi, biaya rendah, dan fokus, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja sektor jasa, khususnya industri perbankan di Indonesia. Strategi generik terbukti mampu memengaruhi pengambilan keputusan

perusahaan, terutama dalam meningkatkan efisiensi melalui strategi biaya rendah dan memperkuat posisi pasar dengan strategi fokus.⁸⁷

Pada pembahasan temuan ini penelitian yang dilakukan terhadap produk tabungan Simpedes di BRI Cabang Jember. Penelitian ini menggambarkan bagaimana fokus penelitian yang telah ditetapkan, seperti model keunikan produk dan strategi generik, diimplementasikan oleh BRI Cabang Jember melalui program Gempita dan pendekatan-pendekatan diferensiasi lainnya. Setiap fokus penelitian dikaitkan dengan hasil temuan di lapangan, diperkuat oleh landasan teori yang relevan, serta dibandingkan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk tabungan Simpedes terletak pada keunggulan dan keunikannya dengan melihat kinerja pada bagian tabungan dengan pencapaian nasabah yang semakin meningkat sebanyak 56.000 ribu orang yang menggunakan tabungan Simpedes yang jumlah nasabah dibandingkan produk tabungan lain,⁸⁸ dan dengan adanya program Gempita akan menjadi ketertarikan nasabah untuk menabung dan mendapatkan keuntungan. Program ini memiliki sistem di mana semakin besar jumlah tabungan yang disetor nasabah, semakin besar pula peluang mereka untuk memperoleh keuntungan dari program tersebut. Keunggulan BRI Cabang Jember sendiri dibandingkan BRI Cabang Jember lainnya terlihat dari program-program khusus yang dijalankan, di mana BRI Cabang Jember mempunyai program lokal yang melaksanakan program Gempita setiap tiga

⁸⁷ Akhmad Muhammadin, Rashila Ramli dan Nuramal, "Analisis Strategi Generik dalam Industri Perbankan di Indonesia," *Bongaya Journal of Research in Management* 1, no. 2 (2018): 37.

⁸⁸ Gerald, diwawancara oleh Penulis, Jember, 27 Februari 2025.

bulan sekali selain program Panen Hadiah Simpedes yang dilakukan 2 kali dalam setahun.⁸⁹

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu Perbankan Syariah, khususnya dalam konteks strategi manajemen pemasaran dan keunggulan kompetitif. Meskipun objek penelitian berfokus pada bank konvensional, pendekatan diferensiasi yang diimplementasikan oleh BRI Cabang Jember dalam produk tabungan Simpedes dapat menjadi referensi strategis bagi lembaga keuangan syariah dalam merancang produk yang menjadi kebutuhan masyarakat serta memiliki nilai tambah yang unik. Strategi layanan personal, pengembangan teknologi digital, dan segmentasi pasar yang tepat merupakan praktik yang selaras dengan prinsip efisiensi, transparansi, dan kemaslahatan dalam ekonomi Islam. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya membahas strategi pemasaran dalam perbankan umum, tetapi juga membuka peluang adopsi pendekatan serupa dalam ranah Perbankan Syariah guna meningkatkan daya saing, loyalitas nasabah, serta keberlanjutan lembaga keuangan syariah di tengah kompetisi industri.

⁸⁹ Aditya, diwawancara oleh Penulis, Jember, 4 Maret 2025.



BAB V PENUTUP

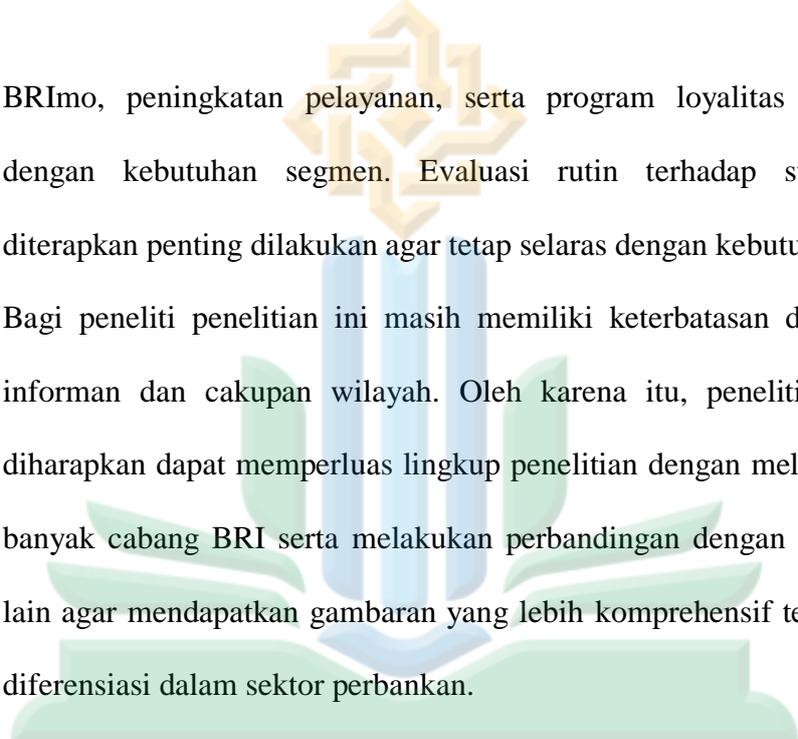
A. Simpulan

Berdasarkan data data yang dijelaskan diatas, maka dapat di simpulkan yang lebih singkat, tepat, dan jelas peneliti memaparkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor yang menjadi keunggulan produk tabungan Simpedes yaitu adanya fitur dan program guna untuk nilai tambah dari produk tabungan Simpedes, strategi pemasaran yang bagus, serta cara mempertahankan *competitive advantage* dalam sektor perbankan. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh hasil yang baik dalam proses keunggulan produk.
2. Implementasi diferensiasi pada produk tabungan Simpedes BRI Cabang Jember ialah menerapkan strategi generik diferensiasi. Hal tersebut dapat dilihat dari segi produk yang diproduksi mampu memiliki nilai keunikan dan keunggulan produk dibandingkan dengan pesaing lainnya. Dengan mempunyai program khusus yaitu adanya kupon hadiah dengan cara menabung sebanyak- banyaknya di BRI Cabang Jember.

B. Saran-saran

1. BRI Cabang Jember BRI Cabang Jember disarankan untuk terus mempertahankan keunggulan utama produk tabungan Simpedes, seperti kemudahan akses, biaya ringan, dan jaringan layanan yang luas. Edukasi kepada nasabah juga perlu ditingkatkan melalui media digital dan literasi keuangan langsung, khususnya di wilayah pedesaan. Selain itu, strategi diferensiasi harus dikembangkan secara inovatif, seperti optimalisasi fitur



BRImo, peningkatan pelayanan, serta program loyalitas yang sesuai dengan kebutuhan segmen. Evaluasi rutin terhadap strategi yang diterapkan penting dilakukan agar tetap selaras dengan kebutuhan pasar.

2. Bagi peneliti penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam jumlah informan dan cakupan wilayah. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas lingkup penelitian dengan melibatkan lebih banyak cabang BRI serta melakukan perbandingan dengan strategi bank lain agar mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif terkait strategi diferensiasi dalam sektor perbankan.

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

DAFTAR PUSTAKA

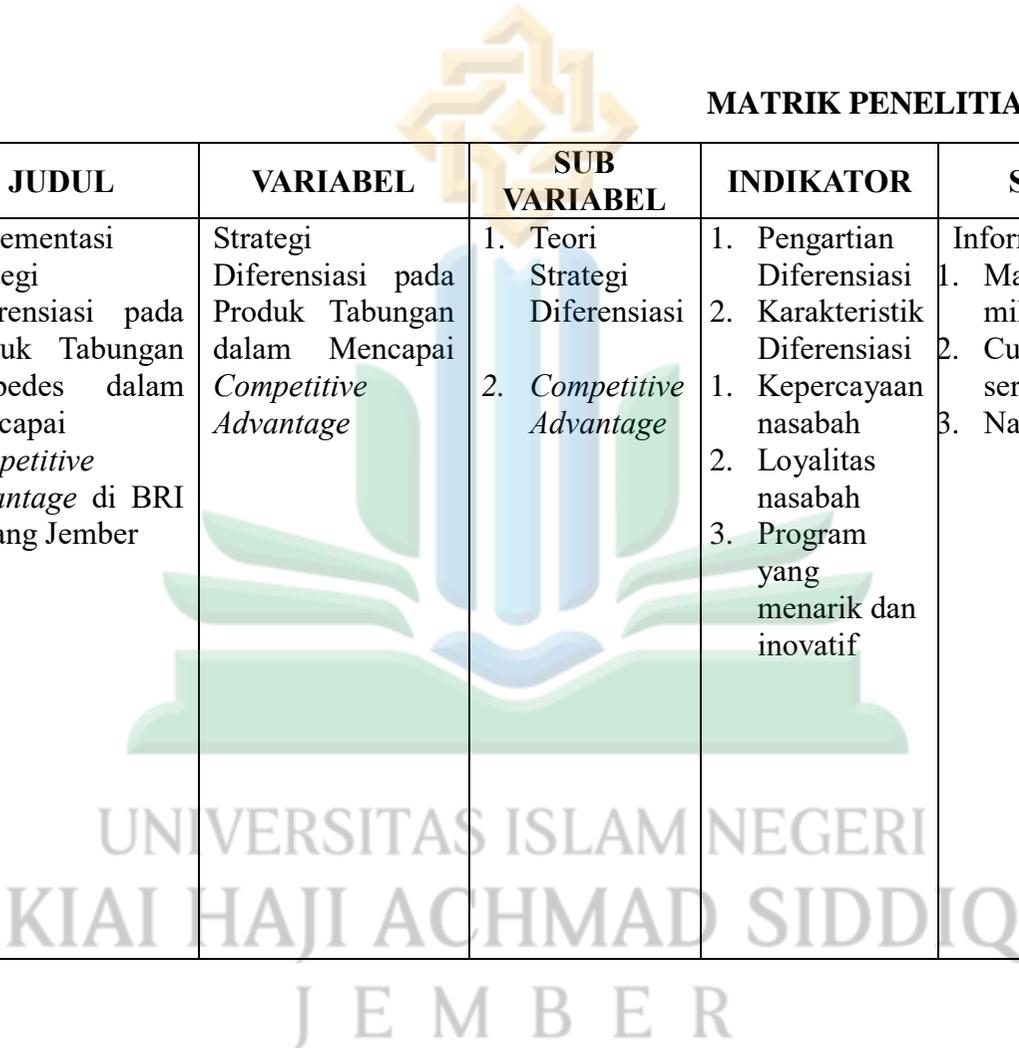
- Informasi perusahaan.” Bank Rakyat Indonesia. diakses April 28, 2025.
<https://bri.co.id/info-perusahaan>
- Sejarah Bank Rakyat Indonesia.” Bank Rakyat Indonesia. diakses Mei 26 2025.
https://bri.co.id/o/com.BRI.corporate.website.ebook.reader.web/web/viewer.html?read=/documents/20123/56789/CP_Bank_BRI_27Juni.pdf.
- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: CV Syakir Media Press, 2021.
- Agus, Rahayu, Ernawati, dan Lili Adi Wibowo. “Strategi Diferensiasi dan Karakteristik Perbankan Terhadap Kinerja Perbankan,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 19, no 1 (2021):49-62.
- Aminah, Siti. “Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Positioning dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan pada Produk BSM OTO di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Angga, Novi Safitri. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: K-Media, 2018.
- Armstrong, Gary, Philips Kotler, Michael Harker, dan Ross Brennan, *Marketing An Introduction*. Harlow, Inggris: Pearson Education Limited, 2019.
- Dermawan, Bobi. “Studi Komparatif Strategi Diferensiasi pada BNI Syariah dan BRI Syariah Cabang Bengkulu.” Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019.
- Fadli, Muhammad Rijal, “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.” *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, No.1 (2021): 33-54.
- Farhas, Rizqon Jamil, dan Zulfan Ependi. “Digital Marketing and Branding Analisis: Competitive Advantages of Small Medium Enterprise Post-Covid-19.” *Journal of Engineering Science and Technology Management (JES-TM)* 2, no. 1 (2022): 65-74.
- Febriani, Windi. “Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Berbasis Teknologi Informasi pada Era Digital,” *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3, no. 1 (2024): 217-222.
- Hasan, Ali. *Marketing dan Kasus-kasus*. Yogyakarta: CAPS 2014.
- Herman, Prissilia Angelika, dan Ricky. Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dengan Memilih Strategi Tingkat Bisnis yang Tepat,” *Public Service and Governance Journal* 4, no.1 (2023): 116-123.

- Hidayatullah, M.F, Ayu Indahwati, Nurul Setianingrum, dan Ahmadiono. “Strategi Pemasaran Produk MitraGuna di Bank Syariah Indonesia,” *Al-Kharaj Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah* 06, no. 1 (2024): 2837.
- Khasanah, Uswatun, dan Afif Muamar. “Diferensiasi dan Tingkat Pemahaman Produk, Serta Kualitas Sumber Daya Manusia Atas Keputusan Nasabah Perbankan Syariah.” *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2020): 19-20.
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2003.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller, dan Alexander Chernev, *Marketing Management*. London: Pearson, 2022.
- Lestari, Endang Rahayu. *Manajemen Inovasi Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Malang: UB Press, Agustus 2019.
- Magreta, Joan. *The Essential Guide to Competition and Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012.
- Masruroh, Nikmatul, dan Nupurmasiyah. *Dialog Ekonomi Islam dan Pemikiran Michael E. Porter: Studi Komparasi Model Pengembangan Produk*. Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiqiq (UIN KHAS) Press, 2022.
- Meliantari, Dian. *Produk dan merk*. Purbalingga: CV Eureka Media Aksara, 2023.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Muhammadin Akhmad, Rashila Ramli dan Nuramal. “Analisis Strategi Generik dalam Industri Perbankan di Indonesia.” *Bongaya Journal of Research in Management* 1, no. 2 (2018): 36-38.
- Ngaisah, Rahma, Rina Nurhayati, dan Ayi Nurbaeti. “Analisis Penerapan Strategi Harga Dan Diferensiasi Produk Dalam Keunggulan Bersaing.” *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)* 4 no. 1 (2020):11-21.
- Nikmah, Maulidatul, dan Siswahyudianto. “Strategi Diferensiasi untuk Menciptkan Keunggulan Kompetitif pada UMKM,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani* 4, no.1 (2022):66-82.

- Noe, Raymond A., John R. Hollenbeck, Barry Gerhart, Patrick M. Wright, dan Linda Eligh. *Strategic Human Resource Management*. New York: Mc Graw Hill Education, 2016.
- Nurhaswinda, Syalsa Riski Maulina, Azzahra, Fitri Jannah, Nurwidiatul Jannah, Nurul Aini Fadila, Zalfi Juni Harza, Naufal Hariza Putra. "Penyajian Data." *LANCAH Jurnal Inovasi dan Tren* 3 no.1 (2025): 63.
- Pahlevi, Cepi, dan Muhammad Ichwan Musa. *Manajemen Strategi*. Makasar: Intelektual Karya Nusantara, 2023.
- Permatasari, Erviana Indah, dan Frida Fanani Rohma. "Inovasi dan Diferensiasi Strategi Bank Jatim KCP Babat dalam Menghadapi Persaingan Industri Perbankan." *Journal Syntax Idea* 6, no. 06 (2024): 2656-2660.
- Porter, Michael E. *Competitive Strategy*. New York: Free Press, 1980.
- Porter, Michael E. "The Five Competitive Forces That Shape Strategy." *Brighton: Harvard Business Review* 86, no. 1 (2008): 78-93.
- Porter, Michael E. *Competitive Advantage*. New York: Free Press, 1985.
- Porter, Michael E. *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group, 2007.
- Purwadari, Suci. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Purwanto, Hadi. "Strategi Pemasaran Produk Simpanan BritAma Junio dalam Menghimpun Dana Masyarakat pada BRI Cabang Bintaro," *KOMPEKSITAS Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis* 9, no. 2 (2020): 74-79.
- Qoriani, Hersa Farida, Hoirul Adlan, dan Kivia Ababil, "Menelisik Strategi Marketing Dalam Menarik Minat Nasabah," *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)* 1, no 1 (2023): 197.
- Rahmawati, Widya, Sapta Eka Putra, dan Yuliarni Putri. "Analisis Strategi Generic Michael E Porter pada Produk Hyundai." *Jurnal Ilmiah Vastuwidya* 7, no. 2 (Agustus 2024):07-11.
- Samsuri, S. "Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk pada Bank Syariah Indonesia," *RIBHUNA Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2022):039-053.
- Santoso, Haris. "Analisis Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*) Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 8, no. 2 (2022):152-164.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta Bandung, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung, 2013.
- Tambunan, Daniel Bintang, Aprinawati, Geana Syah Putri Br Lubis, Rexa Ananda Sufi, dan Rita Ramadhani, “Diferensiasi Dalam Keunggulan Bersaing Perusahaan.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen* 1, no. 4 (2023): 459-468.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember, 2021.
- Wilar, Omega Wulan, Frederik G. Worang, dan Djurwati Soepeno, “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing pada Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Manado,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)* 5, no. 3 (2017): 45-54.
- Yuningsih, Ulfa. “Penerapan Strategi Pemasaran pada Diferensiasi Produk Tabungan SI MANTAB dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada BMT UGT Sidogiri.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS), 2020.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER	METODE PENELITIAN	FOKUS
Implementasi Strategi Diferensiasi pada Produk Tabungan Simpedes dalam Mencapai <i>Competitive Advantage</i> di BRI Cabang Jember	Strategi Diferensiasi pada Produk Tabungan dalam Mencapai <i>Competitive Advantage</i>	1. Teori Strategi Diferensiasi 2. <i>Competitive Advantage</i>	1. Pengertian Diferensiasi 2. Karakteristik Diferensiasi 1. Kepercayaan nasabah 2. Loyalitas nasabah 3. Program yang menarik dan inovatif	Informan 1. Manajemen mikro 2. Customer service 3. Nasabah	1. Pendekatan penelitian kualitatif 2. Jenis penelitian deskriptif 3. Lokasi penelitian BRI Cabang Jember 4. Teknik subjek penelitian purposive 5. Pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 6. Analisis data deskriptif 7. Keabsahan data: triangulasi	1. Apa saja faktor yang menjadi keunggulan produk tabungan Simpedes? 2. Bagaimana implementasi strategi diferensiasi yang diterapkan pada produk tabungan Simpedes di BRI Cabang Jember?



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Endah Hambarwati
NIM : 212105010048
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Implementasi Strategi Generik Diferensiasi pada Produk Tabungan SIMPEDES Dalam Mencapai *Competitive Advantage* Di BRI Cabang Jember.”** Secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenar benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 20 Mei 2025
Saya yang menyatakan



Endah Hambarwati
NIM. 212105010048

PEDOMAN WAWANCARA

1. Fokus: bagaimana keunikan dan mempertahankan produk tabungan Simpedes di BRI Cabang Jember ?
 - a. apa saja keunikan dari produk tabungan Simpedes sendiri ?
 - b. melalui apa produk tabungan Simpedes dikatakan beda dari produk yang lain ?
 - c. bagaimana cara mempertahankan produk tabungan agar nasabah tidak pindah ke produk yang lain ?
 - d. siapa saja yang mendapatkan keuntungan dari produk tabungan Simpedes sendiri
2. Fokus : bagaimana analisis teori generik Michael E Porter dalam keunikan produk tabungan Simpedes di BRI Cabang Jember ?
 - a. Apa yang menjadi ciri khas produk tabungan Simpedes di BRI Cabang Jember ?
 - b. Bagaimana penerapan harga pada produk ?
 - c. Bagaimana sasaran pemasaran produk ?
 - d. Mengapa teori generik dipilih dalam keunikan produk ?
3. Terkait Pengguna Tabungan Simpedes
 - a. Apa alasan Ibu memilih produk tabungan Simpedes dari BRI?
 - b. Apa yang Ibu anggap berbeda dari tabungan Simpedes dibandingkan tabungan di bank lain?



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-237/Un.22/7.a/PP.00.9/03/2025 05 Maret 2025
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Pimpinan Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 1, Kp. Using, Jemberlor, Jember,
 Jawa Timur, 68131.

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

Nama : Endah Hambarwati
 NIM : 212105010048
 Semester : VIII (Delapan)
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai "Implementasi Strategi Generik Diferensiasi Pada Produk Tabungan (SIMPEDES) Dalam Mencapai Competitive Advantage Di BRI Cabang Jember" di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wakil Dekan
 Bidang Akademik,

 Nuzuliyah Widyawati Islami Rahayu





Model 54

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk
KANTOR CABANG JEMBER
 Jalan A. Yani No. 1 Jember ☎ (0331) 483258 Facs. 486484

Nomor : B. 404/KC-XVI/SDM/05/2025
 Lamp. : -
 Perihal : *Keterangan selesai penelitian*

Jember, 27 Mei 2025

Kepada Yth :
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 UIN KH ACHMAD SIDDIQ
 Jember
 Di
Jember

Sehubungan dengan telah selesainya Penelitian di Kanca BRI Jember, maka dengan ini kami menerangkan bahwa:

Nama / NIM : Endah Hambarwati / 212105010048
 Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
 Judul Penelitian : "IMPLEMENTASI STRATEGI GENERIK
 DIFERENSIASI PADA PRODUK TABUNGAN
 SIMPEDES DALAM MENCAPAI *COMPETITIVE
 ADVANTAGE*"
 Lokasi : PT.BRI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Jember
 Lama Penelitian : November 2024– Mei 2025

Bahwasanya yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Perusahaan Kami dengan baik.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya disampaikan terima kasih

PT.BANK RAKYAT INDONESIA (Persero)
KANTOR CABANG JEMBER


Dian Wahyu Purnamasari
SPO



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Judul Penelitian: Implementasi Strategi Generik Diferensiasi pada Produk Tabungan Simpedes Dalam Mencapai Competitive Advantage di BRI Cabang Jember.

Lokasi Penelitian: BRI Cabang Jember.

No	Hari dan Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1.	Senin, 18 November 2024	Mengajukan surat izin dan proposal penelitian	X
2.	Kamis, 20 Februari 2025	ACC untuk melakukan penelitian	X
3.	Kamis, 27 Februari 2025	Wawancara dengan Bapak Gerald selaku <i>customer service</i>	X
4.	Selasa, 4 Maret 2025	Wawancara dengan Bapak Aditya	X
5.	Kamis, 13 Maret 2025	Wawancara dengan Ibu Suryaningsih	X
6.	Senin, 17 Maret 2025	Meminta struktur organisasi BRI Cabang Jember	X
7.	Kamis, 8 Mei 2025	Wawancara dengan Ibu Ributwati	X
8.	Jumat, 27 Mei 2025	Mengambil surat izin selesai penelitian	X

Jember, 27 Mei 2025

Mengetahui,


Agus Anthon Wat.
BRI Cabang Jember

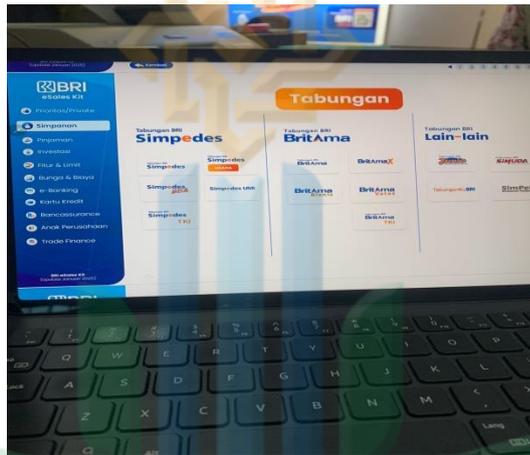
DOKUMENTASI



Dokumentasi: wawancara bersama *customer service*



Dokumentasi: wawancara bersama *business support assistant*



Dokumentasi: produk tabungan BRI Cabang Jember



Dokumentasi: Ibu Suryaningsih pengguna tabungan Simpedes



Dokumentasi: Ibu Ributwati pengguna tabungan Simpedes



Dokumentasi: Bapak Suparto pengguna tabungan Simpedes

BIODATA PENULIS

Nama : Endah Hambarwati
NIM : 212105010048
Tempat dan Tanggal Lahir : Probolinggo, 30 April 2002
Alamat : Jorong Leces Probolinggo
Program Studi : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Nomor HP : 085311638808
Email : endaheh4@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. TK Ainul Yaqin Jorong
2. MI Ainul Yaqin Jorong
3. MTS Zainul Hasan Genggong Pajajaran
4. MA Model Zainul Hasan Genggong Pajajaran
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember