

**Strategi Tabungan Prioritas Dalam
Meningkatkan Nasabah Prioritas Di
PT. Bank Sumut Cabang Syariah
Padangsidimpuan**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, untuk mengetahui tabungan prioritas mampu atau tidak dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah pegawai/karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder, data primer yaitu pegawai/karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, data sekunder berupa buku-buku literatur dan riset-riset terdahulu. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian, menunjukkan bahwa strategi tabungan prioritas yang dijalankan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah strategi marketing mix yaitu salah satunya dengan promosi melalui media radio, promosi langsung, terjun kelapangan serta sosialisasi. Strategi tersebut telah mampu meningkatkan jumlah nasabah prioritas dan menjadikan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan menjadi Bank Sumut Syariah peringkat kedua dengan jumlah nasabah prioritas terbanyak.

Kata Kunci : Strategi; Tabungan Prioritas; Nasabah Prioritas

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the implementation of the strategy of Bank Sumut Padangsidempuan Syariah Branch in increasing the number of priority customers at PT. Bank Sumut Padangsidempuan Sharia Branch, to find out if priority savings are able or not to increase the number of priority customers at PT. Bank Sumut Padangsidempuan Sharia Branch. This research is a field research with a qualitative approach. The subjects of this research are employees of PT. Bank Sumut Padangsidempuan Sharia Branch and 7 customers, the data sources used are primary and secondary data. Data collection methods used are interviews, observation, and documentation. The results of the research show that the priority savings strategy implemented by PT. Bank Sumut Padangsidempuan Sharia Branch is a marketing mix strategy, one of which is promotion through radio media, direct promotion, field trips and outreach. This strategy has been able to increase the number of priority customers and make PT. Bank Sumut Padangsidempuan Sharia Branch is the second rank Sharia North Sumatra Bank with the highest number of priority customers.

Keywords : Strategy; Priority Savings; Priority Customer;

Pendahuluan

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Secara fungsional, bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional, yaitu sebagai lembaga intermediasi yang mengarahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk fasilitas pembiayaan (Ascarya, 2013).

Perkembangan bank syariah di Indonesia pasti tidak lepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan baik konvensional maupun syariah. Persaingan dalam dunia usaha yang terjadi pun semakin meningkat secara terus menerus. Hal ini menyebabkan manajemen setiap perusahaan mendapat tantangan untuk berusaha secara kompetitif menghadapi pesaing (Wardiah, 2017).

Bank Sumut Syariah adalah salah satu lembaga keuangan ataupun jasa perbankan yang menerapkan prinsip syariah dan bagi hasil. Bank Sumut Syariah merupakan bank daerah provinsi Sumatera Utara yang mempunyai beberapa cabang di Sumatera Utara salah satunya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Salah satu strategi yang dilakukan oleh bank Sumut Syariah adalah dengan meluncurkan program prioritas nasabah. Tahun 2017, bank SUMUT juga meningkatkan penetrasi terhadap produk bagi nasabah prioritas dengan menawarkan berbagai fasilitas. Dalam menggarap segmen pasar ini, bank SUMUT menerapkan strategi pemasaran yang cukup agresif dan *continue* dan menggelar gathering bagi nasabah prioritas (Bank Sumut, 2019).

Hasil wawancara dengan salah seorang karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan (Sutan Ritonga sebagai Customer Service) mengatakan bahwa:

“Kami pihak dari Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan terus melakukan upaya dalam peningkatan nasabah prioritas, sejak launchingnya tabungan prioritas ini pada tahun 2017 jumlah nasabah prioritas kami sampai saat ini masih berjumlah 20 orang. Namun bukan berarti nasabah kami yang lain tidak mencukupi dananya untuk menjadi nasabah prioritas”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan terdapat suatu masalah yaitu jumlah nasabah prioritas Bank Sumut Cabang Syariah sampai saat ini masih tetap berjumlah 20 nasabah semenjak launching dan dijalankannya produk tabungan prioritas tersebut di kota Padangsidempuan.

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

1. Pengertian Strategi

Secara umum, strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Adapun ahli yang menegaskan strategi adalah suatu rencana yang disatukan luas, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan suatu perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Amirullah, 2015). Dengan demikian strategi berhubungan dengan rencana yang menentukan arah suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Suatu strategi memiliki dampak jangka panjang terhadap sifat dan karakteristik perusahaannya ataupun organisasinya.

Dalam Penelitian Ari Wardana Pulungan yang berjudul, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan mengatakan bahwa strategi yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan adalah dengan menggunakan konsep bauran pemasaran yaitu dengan 4P (*Product, Price, Promotion, Place*) dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji maupun tabungan yang lain (Ari Wardana, 2019).

Dalam penelitian Romi Ahmad Sanusi Harahap dengan judul, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Di BMT. Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan menyatakan bahwa BMT Insani Sadabuan menggunakan marketing mix dalam strategi pemasarannya meningkatkan jumlah nasabah. Yang pertama produk, produk yang ditargetkan sangat beragam. Yang kedua harga, penetapan nisbah dalam BMT Insani Sadabuan adalah sesuai dengan kesepakatan antara pihak BMT Insani dengan nasabah. Yang ketiga promosi, promosi yang dilakukan pihak BMT Insani Sadabuan adalah dengan mengajak nasabah secara langsung nasabah yang datang ke BMT maupun masyarakat untuk menabung di BMT. Yang keempat tempat, lokasi BMT Insani Sadabuan sudah sangat strategis, karena terletak di Pasar Inpress Sadabuan, jadi nasabah akan mudah melakukan transaksi (Romi, 2018).

2. Tabungan Prioritas

Tabungan merupakan simpanan. Tabungan merupakan simpanan masyarakat pada bank, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat melalui buku tabungan ataupun melalui mesin ATM (Herman Darmawi, 2012). Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid, yang artinya produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah

membutuhkannya sewaktu-waktu.

Tabungan Prioritas Bank Sumut Syariah adalah layanan perbankan dengan berbagai keutamaan dan fasilitas dari Bank Sumut Syariah yang ditujukan untuk nasabah yang memiliki saldo tertentu di Bank Sumut Syariah (Bank Sumut, 2019). Sedangkan nasabah prioritas adalah perseorangan yang memiliki dan memenuhi kriteria atau persyaratan tertentu yang ditetapkan oleh bank untuk dapat memperoleh layanan atau menggunakan fasilitas bank dengan keistimewaan dibanding dengan nasabah pada umumnya (Sony Koeswara, 2018). Dari penjelasan kutipan tersebut dapat diartikan bahwa layanan prioritas adalah penyediaan fasilitas istimewa bagi nasabah tertentu. Nasabah tertentu yang dimaksud adalah nasabah yang mempunyai Dana Pihak Ketiga (DPK) dengan akumulasi saldo Rp. 250.000.000 untuk Bank Sumut Konvensional dan Rp. 200.000.000 untuk nasabah Bank Sumut Syariah.

3. Nasabah Prioritas

Pengertian nasabah menurut Budi Gautama Siregar adalah pihak yang memakai jasa bank, Budi Gautama Siregar menyebutkan bahwa nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan) (Budi Gautama Siregar, 2017). Nasabah menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan / UUS. Menurut Kasmir dalam Sony dan Muslimah bahwa nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank (UU No 21, 2008).

Sony dan Muslimah mengatakan bahwa nasabah prioritas adalah seseorang yang memiliki rekening dan volume transaksi yang cukup besar di sebuah bank. Nasabah prioritas Bank Sumut Syariah adalah perseorangan yang memiliki simpanan Dana Pihak Ketiga (DPK) dalam bentuk giro dan atau tabungan dan atau deposito dengan akumulasi saldo minimal saldo Rp. 250.000.000 (dua ratus lima puluh juta rupiah) yang berhak memperoleh layanan atau menggunakan fasilitas yang disediakan oleh bank. Selanjutnya, Sony dan Muslimah menjelaskan bahwa nasabah prioritas merupakan seseorang yang memiliki rekening dan volume transaksi dalam jumlah yang cukup besar di sebuah bank (Sony Koeswara, 2018).

Menurut Bapak Yudi Prasetyo, menyatakan bahwa Jumlah nasabah tabungan prioritas PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan meningkat dan nasabah antusias terhadap tabungan prioritas dan layanan yang ditawarkan oleh tabungan prioritas PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, akan tetapi ada kriteria tertentu untuk menjadi nasabah prioritas PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Menurut Ibu Rosima Ritonga, menyatakan bahwa Jumlah nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan sudah meningkat, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan menjadi peringkat kedua dengan jumlah nasabah prioritas terbanyak di Sumatera Utara dengan jumlah nasabah prioritas kurang lebih 20 (dua puluh) nasabah.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah dari nasabah produk tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan meningkat dan telah memiliki jumlah nasabah kurang lebih 20 nasabah prioritas dan juga menjadikan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan berada dalam peringkat kedua dengan jumlah nasabah terbanyak di Sumatera Utara. Selain itu ada beberapa kendala dalam pelayanan nasabah prioritas yang tidak bisa dipergunakan di kota Padangsidimpuan.

Metode Penelitian

a. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan yang beralamat di Jln Merdeka No. 12, Wek V, Padangsidimpuan, Sumatra Utara, Indonesia.

b. Jenis Penelitian & Subyek Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, subyek penelitian adalah karyawan Bank Sumut Syariah yaitu bagian Customer Service, marketing, dan pimpinan serta nasabah biasa berjumlah 7 (tujuh orang).

c. Sumber Data

Sumber data primernya adalah karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan yaitu bagian Customer Service, marketing, dan pimpinan serta nasabah biasa berjumlah 7 (tujuh) orang. Sumber data sekunder adalah berupa buku-buku literatur dan riset- riset terdahulu yang berkaitan dengan masalah penelitian.

d. Metode Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara untuk memperoleh keterangan-keterangan terkait Tabungan Prioritas Sumut Syariah. Wawancara yang pertama telah dilaksanakan pada tanggal 28 Januari 2020 dengan tujuan untuk menjawab latar belakang masalah dipenelitian awal, dalam hal ini peneliti juga

menggunakan recorder yang merekam percakapan selama wawancara berlangsung Wawancara kedua yang telah dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dengan tujuan wawancara mendalam untuk menjawab rumusan masalah ataupun untuk menjawab permasalahan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Secara umum, strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan (Ita Nurkhofifah, 2017). Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya (Muhamdi, 2013). Strategi tabungan prioritas yang dijalankan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah strategi marketing mix.

Menurut Bapak Yudi Prasetyo, menyatakan bahwa:
Strategi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah marketing mix. Strategi dalam menerapkan marketing mix di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah dengan membentuk tim funding untuk tabungan prioritas. Kesulitan dalam penerapan strategi marketing mix ini lebih kepada penerimaan nasabah itu sendiri dan juga nasabah yang kurang mau memahami istilah-istilah marketing.

Menurut Ibu Rosima Ritonga, menyatakan bahwa:
Langkah marketing dalam penerapan strategi marketing mix salah satunya dengan cara promosi melalui media elektronik, promosi langsung, memberikan souvenir, sosialisasi, dan terjun langsung menemui nasabah sesuai dengan motto bank Sumut memberikan pelayanan terbaik. Selain itu, pengenalan terhadap nasabah terkait layanan istimewa tabungan prioritas seperti, bebas antri di kantor bank Sumut mana saja baik konvensional maupun syariah, parcel lebaran, executive lounge di Bandara Kualanamu International Airport dan juga layanan istimewa tabungan prioritas lainnya.

Menurut Bapak Sutan Ritonga, menyatakan bahwa:
Cara yang dilakukan Customer Service dalam penerapan strategi marketing mix adalah dengan cara promosi, menawarkan layanan istimewa dari tabungan prioritas, menarik pangsa pasar atau sasaran yang tepat untuk tabungan prioritas. Selain itu Customer Service juga mempunyai strategi sendiri atau pribadi dalam menawarkan produk tabungan prioritas yaitu dengan mengeluarkan biaya pribadi untuk membuat hadiah kepada calon nasabah diluar hadiah taupun souvenir yang

dikeluarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan melaksanakan strategi marketing mix dalam penerapan strategi untuk produk tabungan prioritas. Salah satu strategi yang sudah dijalankan adalah promosi melalui media elektronik seperti bekerjasama dengan RAUFM.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat juga ditarik kesimpulan bahwa antusias menjadi nasabah prioritas PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sangat tinggi. Akan tetapi, yang menjadi kendala sampai saat ini adalah beberapa outlet- outlet ataupun *merchant- merchant* dari produk tabungan prioritas yang belum ada di kota Padangsidempuan seperti, diskon makan di beberapa restoran yaitu MC. Donalds, *Executive Lounge* di Kualanamu International Airport (*Blue Safir Lounge*), *free meeting room* jika menginap di Grand Aston City Hall Medan serta belum adanya ruangan khusus pelayanan nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan maka peneliti menyimpulkan bahwa Penerapan strategi tabungan prioritas yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah dengan melaksanakan penerapan strategi marketing mix yaitu melalui promosi yang bekerja sama dengan RAUFM dalam mempromosikan produk tabungan prioritas dan juga melalui layanan menjumpai nasabah secara langsung. Jumlah nasabah prioritas PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan meningkat dan menjadikan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan peringkat kedua dengan jumlah nasabah prioritas terbanyak yaitu kurang lebih 20 nasabah prioritas di Sumatera Utara

Daftar Pustaka

- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*. Mitra Wacana Media.
- Ascarya. (2013). *Akad dan Produk Bank Syariah*. CV Pustaka Setia.
- Budi Gautama Siregar. (2017). Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 3(1).
- Herman Darmawi. (2012). *Manajemen Perbankan*. Bumi Aksara.
- Hasil wawancara dengan Sutan Ritonga sebagai Customer Service Bank Sumut Cabang Syariah

Padangsidimpuan, Selasa, 28 Januari 2020 pukul 12: 15 WIB

Hasil wawancara dengan Bapak Yudi Prasetyo selaku wakil pimpinan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada tanggal 17 Juni 2020 pukul 13:35 WIB

Hasil wawancara dengan Ibu Rosima Ritonga selaku Funding Officer PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada tanggal 16 Juni 2020 pukul 16:35 WIB

Hasil wawancara dengan Bapak Sutan Ritonga selaku Customer Service di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada tanggal 16 Juni 2020 pukul 15:40 WIB

[http://www. Bank Sumut.com.](http://www.BankSumut.com.), diakses pada tanggal 7 Juni 2019 pukul 14:30 WIB

Ita Nurkhofifah. (2017). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies*, 4(1).

Muhardi. (2013). *Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing*. Graha Ilmu.

Sony Koeswara, M. (2018). Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA Tbk, Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple. *Jurnal PASTI*, 9(1).

Undang Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

Wardiah, M. L. (2017). *Dasar Dasar Perbankan*. CV Pustaka Setia.