



Jasiora : Vol 2 No 2 Juni 2019



JASIORA
Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora
(<http://jurnal.stiasetihsetiomb.ac.id/index.php/admngr/index>)

Strategi Manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu Dalam Memasarkan Tabungan Simpedes Guna Meningkatkan Sumber Dana

Hasdani¹, Syahwami², Ariyanto³, Aldino Zubri⁴

¹STIA Setih Setio Muara Bungo

²STIA Setih Setio Muara Bungo

³STIA Setih Setio Muara Bungo

⁴STIA Setih Setio Muara Bungo

Info Artikel

Masuk: 02 April 2017

Diterima: 27 Mei 2017

Terbit: 15 Juni 2017

Keywords:

Policies, Procurement
Budget and costs are not
suspected

Abstract

In the era of globalization, the growth of a business is very rapid and it causes increasingly fierce competition. Therefore, to be able to compete with competitors, each company management is required to formulate strategies, including marketing strategies. This also happened in the banking business, including BRI bankers. BRI Bank as the first state-owned bank in Indonesia also has a marketing strategy in its business activities. Simpedes savings is one of the potential products in increasing funding sources. This study aims to find out how the management strategy of PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu in marketing simpedes savings in order to increase sources of funds, as well as knowing the obstacles and efforts in marketing simpedes savings. The method used in this research is descriptive method with a qualitative approach, while the population in this study is the leader, all the staff and customers of PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu. The sample in this study were 7 (seven) people. The results of the study include: the strategy used by the management of PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu in marketing simpedes savings in order to increase funding sources using the lottery promotion program. The obstacles faced by the management of PT. Bank Rakyat Indonesia in promoting savings simpedes that is less effective promotion of savings simpedes in ordinary people, as well as competition in other bank savings products. Efforts made by the management of PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu to overcome the above obstacles in marketing simpedes savings is to increase the promotion of simpedes savings to ordinary people and face competition by increasing the socialization of savings. Keywords: Management strategies, Simpedes savings, Sources of funds

Abstrak

Kata kunci:
*Kebijakan, Pengadaan
Anggaran dan biaya tidak
diduga*

*Corresponding Author:
Hasdani*

Dalam era globalisasi, pertumbuhan suatu bisnis sangat pesat dan itu mengakibatkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, untuk bisa bersaing dengan kompetitornya setiap manajemen perusahaan dituntut untuk merumuskan strategi, termasuk strategi pemasaran. Hal ini terjadi pula dalam bisnis perbankan termasuk bank BRI. Bank BRI sebagai bank milik pemerintah yang pertama di Indonesia juga mempunyai strategi pemasaran dalam kegiatan usahanya. Tabungan simpedes adalah salah satu produk potensial dalam meningkatkan sumber dana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu dalam memasarkan tabungan simpedes guna meningkatkan sumber dana, sekaligus mengetahui hambatan-hambatan dan upaya dalam memasarkan tabungan simpedes. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sedangkan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan, seluruh seluruh staff dan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 7 (Tujuh) orang. Hasil penelitian diantaranya: strategi yang digunakan oleh manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu dalam memasarkan tabungan simpedes guna meningkatkan sumber dana menggunakan program promosi undian berhadiah. Hambatan yang dihadapi oleh manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia dalam memasarkan tabungan simpedes yaitu kurang efektifnya promosi tabungan simpedes pada masyarakat awam, serta persaingan produk tabungan bank lain. Upaya yang dilakukan oleh manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu untuk mengatasi hambatan tersebut diatas dalam memasarkan tabungan simpedes adalah meningkatkan promosi tabungan simpedes pada masyarakat awam serta menghadapi persaingan dengan cara meningkatkan sosialisasi tabungan.

1. Pendahuluan

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Di era globalisasi membuat dunia menjadi begitu terbuka, termasuk dalam dunia bisnis dan perbankan. Masyarakat sangat membutuhkan kehadiran bank sebagai sarana penyimpanan maupun membantu dalam usaha masyarakat baik usaha kecil maupun menengah ke atas.

Maraknya bank-bank yang hadir di Indonesia dengan berbagai layanan maupun undian yang dilakukan untuk menarik perhatian khalayak merupakan hal yang cukup variatif dalam dunia perbankan. Bagaimana cara untuk menarik nasabah yang baru agar menjadi nasabah tetap maupun mempertahankan setiap nasabah menjadi tantangan khusus bagi setiap bank. Oleh karena itu, setiap perbankan harus mempunyai strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan, salah satunya yaitu strategi manajemen.

Strategi manajemen merupakan suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, dan disertai dengan penetapan cara

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, hal.

aplikasinya yang dibuat oleh pimpinan dan juga dilaksanakan oleh seluruh pihak-pihak yang terlibat di dalam suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi manajemen mempunyai peran penting untuk keberhasilan suatu perbankan umumnya dalam bidang pemasaran. Strategi manajemen harus memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perbankan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.

Perbankan di Indonesia mengalami persaingan yang semakin tajam. Kondisi ini membuat pihak perbankan dituntut untuk berfikir keras agar dapat menghadapi persaingan tersebut dengan selalu memberikan terobosan baru, termasuk dalam hal pemasaran produk. Seperti yang dikemukakan pada paragraf ketiga, bahwa strategi manajemen mempunyai peran penting untuk keberhasilan perbankan. Strategi manajemen mempunyai peran penting dalam kegiatan pemasaran, tanpa adanya strategi di dalam memasarkan produk tabungan, sumber dana pihak perbankan tidak akan meningkat. Oleh sebab itu, setiap bank harus memiliki strategi manajemen agar para nasabah dapat tertarik untuk meminjam maupun menyimpan uangnya di bank.

Proses kegiatan Bank dalam menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada nasabah akan ditentukan oleh manajemen. Dengan adanya manajemen yang baik maka bank akan mudah memasarkan produk jasanya. Sebab masalah pemasaran adalah faktor yang sangat penting pada setiap bank dalam pencapaian tujuan utamanya. Keberhasilan pemasaran produk bank tidak hanya dilihat dari seberapa besar dana yang dapat dihimpun dari masyarakat, namun juga bagaimana cara mempertahankan dana tersebut. Karena keberhasilan suatu bank dalam mempertahankan dana yang telah dihimpun dari masyarakat akan menentukan dalam keberlangsungan kegiatan operasional suatu bank

Bank BRI hadir sebagai bank yang memberikan solusi termudah bagi masyarakat yang ingin menyalurkan dana, dengan biaya administrasi yang kecil dan tingkat suku bunga yang bersaing membuat masyarakat dapat menjatuhkan pilihan di Bank BRI. Sesuai misi Bank BRI yaitu melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.

Bank BRI merupakan bank pemerintah pertama di Indonesia. Sampai saat ini Bank BRI memiliki kantor cabang dan kantor unit hampir di setiap kecamatan di seluruh Indonesia, termasuk bank BRI unit Rimbo Ulu. Dalam melakukan aktifitasnya, bank BRI unit Rimbo ulu selalu melakukan evaluasi dalam hal pemasaran produk salah satunya yaitu produk tabungan. Tabungan atau dana pihak ketiga merupakan sumber dana bank yang berasal dari masyarakat. Dana pihak ketiga mempunyai peran besar dalam pengoperasian suatu bank. Dana pihak ketiga merupakan dana yang berasal dari tabungan, giro dan deposito. Ketiga macam sumber dana tersebut memiliki posisinya masing-masing dalam pendanaan bank. Oleh karena itu, bank harus mampu meningkatkan dana ketiga agar operasional bank berjalan dengan baik.

Produk tabungan Bank Rakyat Indonesia terdiri dari beberapa jenis mulai dari tabungan britama, tabungan britama junio, tabungan britama bisnis, tabunganku, tabungan simpel (simpanan pelajar) dan tabungan simpedes. Adapun produk tabungan yang menjadi produk unggulan bank BRI unit Rimbo Ulu adalah Simpedes. Simpedes merupakan simpanan yang masuk dalam kelompok tabungan. Simpedes merupakan simpanan masyarakat pedesaan di BRI unit, yang penyetorannya dapat dilakukan setiap saat dan frekuensi penarikannya tidak dibatasi sepanjang saldo mencukupi. Tabungan simpedes bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat guna menunjang sumber dana kupedes

Di dalam menghimpun dana tentu saja Bank BRI unit banyak menghadapi persaingan yang sangat ketat baik dengan bank syariah maupun sesama bank konvensional. Oleh karena itu, agar dapat bertahan dan berkembang Bank BRI unit harus mampu memenangkan persaingan dengan menciptakan hubungan yang baik dan harmonis dengan

para nasabah. Persaingan tersebut salah satunya dilihat dari persaingan dalam menghimpun dana bank. Berdasarkan hasil observasi, fenomena atau masalah yang penulis temui di PT. Bank BRI unit Rimbo Ulu di antaranya: Kurang efektifnya promosi tabungan simpedes pada masyarakat, Persaingan dengan produk tabungan bank lain, Pola hidup masyarakat konsumtif Dengan demikian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Bank BRI Unit Rimbo Ulu dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul “Strategi Manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu Dalam Memasarkan Tabungan Simpedes Guna Meningkatkan Sumber Dana”.

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana strategi manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu dalam memasarkan tabungan simpedes guna meningkatkan sumber dana? Apa hambatan yang dihadapi oleh manajemen Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu dalam memasarkan tabungan simpedes guna meningkatkan sumber dana? Apa upaya yang dilakukan oleh manajemen Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu untuk mengatasi adanya hambatan yang dihadapi dalam memasarkan tabungan simpedes?

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam aktivitas ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.² Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dan jenis data yang diperlukan maka penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif, analisis untuk menampilkan data yang dapat di lapangan kemudian menganalisisnya dan mendapatkan kesimpulan.

Populasi berupa jumlah yang ada pada objek dan subjek yang dipelajari serta seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh Pimpinan dan seluruh Pegawai PT. Bank BRI Unit Rimbo Ulu.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³ Sampel dipakai dalam subjek penelitian bermaksud menarik kesimpulan atas suatu populasi, adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 7 (tujuh) orang, yaitu : Kepala Unit Bank BRI Rimbo Ulu, 2 (dua) orang *Account Officer*, 2 (dua) orang *Customer Service* dan 2 (dua) orang Nasabah.

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan dan studi lapangan: Studi Pustaka (*Library Resead*), Studi pustaka ini dilakukan untuk mendapatkan data teoritis dari berbagai pendapat para ahli dengan cara mempelajari dan menganalisis teori-teori dan peraturan-peraturan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas serta dokumen-dokumen lain yang ada kaitan dengan masalah yang akan diteliti. Studi Lapangan (*Field Research*) Teknik pengumpulan data melalui studi lapangan dilakukan dengan dua cara yaitu observasi dan wawancara.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Strategi Manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu dalam Memasarkan Tabungan Simpedes Guna Meningkatkan Sumber Dana.

Bagi sebuah bank sebagai suatu lembaga keuangan, dana merupakan persoalan paling utama dalam kegiatan perbankan. Sumber dana bank dapat diperoleh dari dana pihak pertama, dana pihak kedua, dan dana pihak ketiga. Adapun sumber dana dari pihak ke tiga

² Dadang Kuswanto, *Metode Penelitian Sosial*, Pustaka Setia, Bandung, 2011, hal.13

³ *Ibid.* hal. 133

ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank, dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya.

Menurut bapak Heru Ifandri selaku kepala unit BRI “... sumber dana bank BRI unit tiap bulannya tidak setabil dan pada dua bulan terakhir ini sumber dana dari pihak ketiga mengalami penurunan. Hal tersebut dikarenakan beberapa faktor yang dialami oleh nasabah salah satunya faktor ekonomi yang tidak setabil.⁴

Tujuan perusahaan dalam memasarkan tabungan simpedes menurut bapak Heru Ifandri adalah dalam rangka menjaga substainabilitas pengendapan dana tabungan simpedes dan pengembangan hasil akuisisi. Dalam memasarkan tabungan simpedes pihak manajemen Bank BRI unit selalu membuat strategi. Salah satu strategi yang digunakan oleh bank BRI unit dalam memasarkan tabungan simpedes yaitu strategi promosi dengan melalui penciptaan dan modifikasi produk untuk memberikan pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.⁵

Diera persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini khususnya di bidang *funding*, industri perbankan dituntut untuk senantiasa dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Demikian dengan tabungan simpedes yang mulai bergeser fungsi yang semula hanya untuk menyimpan dana sekarang mulai digunakan untuk transaksi bisnis.

Menurut bapak Heru Ifandri kantor cabang dan unit mempunyai target tabungan yang berbeda.“..... Bagi kantor cabang lebih menargetkan pertumbuhan Britama. Sedangkan kantor unit lebih terfokus pada simpedes. Namun setiap unit kerja tersebut dapat melayani pembukaan rekening baik britama maupun simpedes. Pada kantor cabang pemasaran britama telah mendapat dukungan iklan di TV, sedangkan simpedes kita perlu pendekatan yang lebih bersifat langsung seperti kegiatan promosi. Kegiatan promosi tersebut seperti memberikan hadiah bagi nasabah baru, dan mengikutsertakan nasabah lama dalam program undian.⁶

Hal tersebut didukung oleh penjelasan bapak Hamzah Mutakin bahwa tabungan britama lebih mengandalkan iklan TV, salah satu program promosi tabungan britama yaitu program untung beliung britama. Sedangkan tabungan simpedes ini pemasarannya bersifat lokal. Tabungan simpedes dulunya hanya merupakan tabungan pedesaan yang dilayani di kantor-kantor unit daerah, tapi dengan perkembangan saat ini yang mana bank BRI terus membuka unit-unit kerja baru dan bukan saja dilayani di pedesaan melainkan kepada seluruh lapisan masyarakat. Masyarakat kota lebih mengenal tabunga britama, tapi bagi orang daerah lebih mengenal simpedes. Oleh sebab itu bank BRI perlu memasarkan tabungan simpedes sehingga memperoleh keseimbangan dengan tabungan britama.⁷

Kegiatan promosi sendiri merupakan salah satu cara kegiatan pemasran tabungan BRI. Promosi dilakukan dengan cara *corss celling* oleh *Customer Srvice* dan *Account Officer* kantor unit. Untuk memasarkan tabungan simpedes sendiri melakukan program-program akuisisi seperti pelaksanaan kegiatan promosi penjualan, promosi penjualan ini dilakukan dengan program undian, pemberian hadiah langsung. Namun program ini dilakukan di kantor cabang Rimbo Bujang sedangkan kantor unit ikut serta dalam kegiatan tersebut.

Untuk program promosi penjualan menurut bapak Heru Ifandri⁸ “..... kegiatan promosi mengacu pada ketentuan kantor pusat dalam menjalankan program-program, biaya,

⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Heru Ifandri, kepala Unit pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 13 Maret 2017.

⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Heru Ifandri, kepala Unit pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 13 Maret 2017.

⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Heru Ifandri, kepala Unit pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 13 Maret 2017.

⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Hamzah Mutakin, *Customer service* PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 13 Maret 2017

⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Heru Ifandri, kepala Unit pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 13 Maret 2017.

waktu, rencana, kegiatan, jenis-jenis hadiah, dan priode pelaksanaan. Namun pada tahap implementasi dilakukan secara mandiri tapi tetap berpedoman pada ketentuan. Bank BRI unit Rimbo Ulu merupakan salah satu dari sekian banyak kantor cabang dan unit yang ada di seluruh Indonesia. Jadi untuk implementasi diberi contoh untuk pemberian hadiah utama penarikan undian bisa berbeda-beda tiap kantor cabang karena setiap manajemen kantor cabang berhak menentukan kebijakan jenis-jenis hadiah, waktu pelaksanaan program, tempat acara dan kepanitaannya. Jadi tiap kantor cabang memiliki perbedaan pengimplementasian tapi tetap mengacu pada strategi yang sama. Penerapannya sebenarnya sama tapi yang berbeda yaitu, jenis hadiah, souvenir, waktu pelaksanaannya, dan lain-lain.

Semua program promosi tersebut merupakan program akselerasi simpedes dan mendapatkan dukungan dari kantor pusat. Dengan dijalankannya program-program promosi tersebut pengendalian dana tabungan simpedes dapat berkelanjutan. Dalam setiap program yang dijalankan, kantor pusat BRI memberikan dukungan bagi komunikasi pemasaran lewat pemasangan spanduk di beberapa tempat yang mudah dilihat sehingga informasi dapat diketahui oleh masyarakat. Penyampaian informasi secara lisan juga dilakukan oleh pegawai bank BRI kepada nasabah maupun bukan nasabah, agar masyarakat mendapat informasi yang cukup jelas mengenai program-program yang telah ada.

3.2 Hambatan yang Dihadapi Oleh Manajemen Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu dalam Memasarkan Tabungan Simpedes Guna Meningkatkan Sumber Dana.

Pemasaran tabungan simpedes dimaksudkan untuk memberikan pemahaman bagi nasabah untuk menyimpan dananya di tabungan simpedes. Namun dalam pelaksanaannya yang penulis amati di lapangan terdapat permasalahan berupa Kurang efektifnya promosi tabungan simpedes pada masyarakat awam dan persaingan dengan produk tabungan bank lain. Yang menunjukkan kurangnya strategi manajemen PT. BRI unit Rimbo Ulu dalam memasarkan tabungan simpedes. Hal itu tentu saja akan mengurangi sumber dana bank.

Berdasarkan hasil penelitian penulis di lapangan, maka terdapat beberapa hambatan yang ditemui yaitu:

1. Kurang efektifnya Promosi Tabungan Simpedes Pada Masyarakat

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada masyarakat dengan tujuan untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Promosi tabungan memiliki peran penting untuk menarik minat masyarakat menabung. Apabila promosi yang dilakukan tidak efektif maka akan mengakibatkan kurang minatnya masyarakat untuk menabung. Adapun bentuk promosi tabungan simpedes yang dilakukan oleh pihak bank adalah melalui program undian.

“... Meski tabungan simpedes merupakan tabungan yang memiliki jaringan luas namun bagi sebagian masyarakat masih ada yang belum mengerti mengenai tabungan simpedes. Hal yang membuat masyarakat tidak mengerti mengenai tabungan simpedes ini di karenakan pihak bank belum sepenuhnya melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat serta kurang memberikan informasi mengenai keuntungan menabung di tabungan simpedes.”⁹

Promosi yang dilakukan oleh pihak bank sering kali tidak mendapat respon dari masyarakat awam hal ini disebabkan karena brosur yang ada hanya diletakan di kantor tidak disebarkan pada masyarakat luas, serta spanduk mengenai undian berhadiah simpedes hanya dipasang di depan kantor, sehingga yang mengetahui informasi mengenai tabungan simpedes serta undian simpedes hanya nasabah bank sedangkan masyarakat awam yang tidak pernah ke bank tidak mengerti mengenai keuntungan menabung di tabungan simpedes.

⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Nurmailis, *Account Officer* PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 16 Maret 2017

Menurut salah seorang nasabah bank BRI bapak Ahmadun “promosi yang dilakukan oleh bank BRI cukup menarik masyarakat untuk membuka rekening di BRI. Tapi seringkali kegiatan promosi yang dilakukan tidak setiap saat sehingga beliau merasa ketika membuka rekening tidak mendapatkan hadiah atau *souvenir* dan penabung baru tidak mendapatkan hadiah. Beliau mengatakan juga berkeinginan untuk mendapatkan *souvenir*.¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas penulis dapat meraiik kesimpulan bahwa kurangnya minat masyarakat menabung dikarenakan kurang efektifnya promosi yang dilakukan serta tidak tersedianya hadiah seperti yang dipromosikan pihak bank.

2. Persaingan dengan produk tabungan bank lain

Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Perkembangan dunia perbankan yang semakin ketat dan penuh persaingan menuntut Bank BRI Unit Rimbo Ulu untuk melakukan perubahan terhadap cara mereka melayani nasabah dan menangani pesaing. Persaingan yang semakin ketat menuntut Bank BRI Unit untuk semakin inovatif dalam memasarkan produk tabungan. Produk tabungan Bank BRI bisa saja mengalami penurunan dalam persaingan dengan produk tabungan bank lain yang semakin memenuhi pasar. Persaingan produk tabungan bank BRI unit diantaranya dengan beberapa produk tabungan bank BNI, Mandiri, Bank Jambi, BTN, dan BRI Syariah.

“..... Tabungan simpedes BRI sampai saat ini masih menjadi tabungan pilihan dari masyarakat, namun tak jarang dari mereka pindah ke produk tabungan bank lain yang mereka anggap lebih menguntungkan dari segi bunga dan hadiah. Alasan mereka pindah juga dipengaruhi oleh faktor kerabat yang bekerja di bank lain.¹¹

Keunggulan tabungan simpedes untuk dapat bersaing dengan produk tabungan bank lain yaitu:

1. Setoran awal yang kecil
2. Tidak dikenakannya biaya administrasi tiap bulannya
3. Cabang dan unit sudah banyak di desa-desa
4. Undian hadiah menarik dan berulang-ulang dalam setahun
5. Kemudahan dalam bertransaksi
6. Fasilitas bisa digunakan melalui phone banking

Dengan suku bunga tabungan simpedes yaitu :

- | | |
|--|----------|
| 1. 0 s/d > Rp. 500.000 | : 0 % |
| 2. >Rp. 500.000 s/d 50.000.000 | : 1 % |
| 3. >Rp. 50.000.000 s/d Rp. 100.000.000 | : 1,25 % |
| 4. >Rp. 100.000.000 | : 1,75 % |

Dalam dunia persaingan, tugas utama bank BRI unit adalah mencari nasabah sebanyak mungkin baik nasabah baru maupun nasabah lama, dan juga bagaimana cara memajukan laju perkembangan persaingan.

3. Pola hidup masyarakat konsumtif

Pola hidup konsumtif merupakan suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas di mana individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan. Menurut bapak heru Ifandri “.... Salah satu hambatan untuk meningkatkan sumber dana bank yaitu masih belum ratanya pemahaman di masyarakat

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmadun, Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 16 Maret 2017

¹¹ Hasil Wawancara dengan Yandi Eka Saputra, *Account Officer* PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 22 Maret 2017

terkait pentingnya menabung, apalagi masyarakat yang pola hidupnya konsumtif. Mereka lebih suka membelanjakan uangnya untuk membeli perhiasan. Mereka menganggap bahwa hal tersebut di rasa lebih baik dari pada menabung di bank.¹²

Menurut salah seorang nasabah ibu Siti Listia Wati ketika di tanya mengapa tidak menabung di bank, beliau mengatakan.“... Saat saya memiliki uang saya tidak bisa menahan untuk tidak membelanjakan uang yang saya miliki, jika harus menabung saya tidak bisa memenuhi keinginan untuk membeli apa yang saya inginkan. Saya juga lebih memilih membelanjakan uang untuk membeli perhiasan, apabila saya ingin memerlukan tinggal saya jual.¹³

Berdasarkan hasil wawancara di atas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa kurangnya minat masyarakat menabung itu dikarenakan kurangnya kesadaran dari masyarakat itu sendiri, serta kurangnya pihak bank dalam mensosialisasikan tentang pentingnya menabung serta keuntungan yang akan diperoleh oleh nasabah apabila menabung, khususnya di tabungan simpedes.

3.3 Upaya yang Dilakukan Oleh Manajemen Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu Untuk Mengatasi Adanya Hambatan yang Dihadapi dalam Penerapan Strategi Pemasaran tersebut.

Adapun masalah yang timbul dalam strategi manajemen PT. BRI unit Rimbo Ulu dalam memasarkan tabungan simpedes adalah kurang efektifnya promosi kepada masyarakat awam dan persaingan dengan produk bank lain. Namun untuk mengatasi hal tersebut, maka PT. BRI unit berupaya untuk meningkatkan promosi tabungan dengan mengatasi hambatan yang telah diuraikan di atas, di antaranya adalah:

1. Meningkatkan promosi tabungan simpedes pada masyarakat awam

Promosi dilakukan oleh PT. BRI Unit Rimbo Ulu dalam meningkatkan Kepuasan nasabah adalah salah satu strategi perusahaan untuk tetap bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Pada situasi perbankan saat ini bank BRI Unit Rimbo Ulu berusaha keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada.

Menurut Fitri Anita upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen PT. BRI Unit Rimbo Ulu dalam meningkatkan promosi tabungan simpedes dilakukan dengan tiga cara di antaranya yaitu:¹⁴

1. Periklanan

Kegiatan periklanan ini dilakukan dengan cara pemasangan baliho pada tempat yang strategis, serta penyebaran brosur pada masyarakat. Dengan cara ini diharapkan banyak masyarakat yang mengetahui informasi mengenai tabungan simpedes, dengan begitu maka akan semakin banyak pula masyarakat khususnya yang masih awam mengenal tabungan simpedes,

2. Personal selling

Tujuan perusahaan melakukan kegiatan *personal selling* ini adalah dengan memberikan penjelasan tentang produk dan yang lainnya bila diperlukan oleh nasabah, dengan melakukan cara ini diharapkan masyarakat akan tertarik menggunakan produk tabungan khususnya simpedes.

3. Promosi penjualan

¹² Hasil Wawancara dengan Bapak Heru Ifandri, kepala Unit pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 22 Maret 2017.

¹³ Hasil Wawancara dengan ibu Siti Listia Wati, Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 22 Maret 2017.

¹⁴ Hasil Wawancara dengan Fitri Anita, *Customer Service* PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 7 April 2017

Kegiatan promosi penjualan yang dimaksud dapat mengarahkan masyarakat mengenal produk BRI dan bukan saja perusahaan. Pelaksanaan program promosi penjualan dapat mengarahkan nasabah pada kepemilikan rekening di BRI, Karena dengan adanya kegiatan tersebut dapat mendapat respon dari nasabah untuk membuka rekening BRI.

Dengan adanya cara tersebut diharapkan akan meningkatkan jumlah nasabah yang menabung di tabungan simpedes dengan begitu akan meningkatkan sumber dana bank.

2. Menghadapi persaingan produk tabungan bank lain.

Untuk menghadapi dan memenangkan persaingan bank BRI menerapkan analisis SWOT sebagai dasar dalam menetapkan strategi alternatif perusahaan. Adapun analisis SWOT nya sebagai berikut:

1. *Strenghts*/ kekuatan

Adalah suatu keunggulan sumber daya, keterampilan dan kemampuan lainnya yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan dari pasar yang dilayani BRI atau yang hendak dilayani yaitu:

- a. Sebagai bank milik pemerintah yang berperan mewujudkan visi pemerintah dalam membangun ekonomi rakyat.
- b. Nama BRI yang sudah sangat dikenal
- c. Hubungan baik dengan lembaga keuangan internasional dan otoritas moneter.

2. *Weaknesses*/ kelemahan

Adalah keterbatasan kekurangan dalam sumber daya keterampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif BRI yaitu:

- a. Kordinasi yang belum berjalan dengan baik dari kantor pusat hingga unit terkecil.
- b. Dukungan yang belum memadai dikarenakan alur birokrasi yang panjang
- c. Minimnya biaya promosi

3. *Oportuniti*/ peluang

Merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan BRI yaitu:

- a. BRI memiliki lebih dari 5000 kantor yang berbeda diseluruh Indonesia, baik dikota-kota besar bahkan di daerah pedesaan.
- b. Jaminan keamanan dalam hal perbankan oleh pemerintah

4. *Threat*/ ancaman

Merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan BRI yaitu:

- a. Adanya deregulasi perbankan sehingga memudahkan persyaratan pendirian bank yang dapat menjadikan *competitor* BRI
- b. Tingkat kepuasan pelayanan kepada nasabah yang masih rendah
- c. Peluncuran produk yang sama dari *competitor*
- d. Iklan promosi besar-besaran dari para pesaing.

Dari analisa SWOT yang menggambarkan situasi dan kondisi yang dihadapi oleh BRI, maka upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu dalam menghadapi persaingan yaitu dengan meningkatkan kualitas layanan yang didukung oleh sumberdaya manusia yang potensial, meningkatkan pemetaan potensi masyarakat untuk dijadikan sasaran pemasaran produk Bank BRI, serta peningkatan kegiatan komunikasi pemasaran untuk meningkatkan produk dan membentuk *image* di masyarakat.¹⁵

3. Meningkatkan Sosialisasi dengan Mengadakan Grebek Pasar

Sosialisasi merupakan suatu proses di mana kita dapat berinteraksi dengan orang lain. Adapun sosialisasi yang akan dilakukan oleh pihak manajemen bank BRI yaitu melalui Kegiatan grebek pasar. kegiatan yang akan dilakukan sesuai nama programnya ditawarkan

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Yandri Eka Saputra, *Account Officer* PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 7 April 2017

bagi pedagang maupun pembeli di pasar-pasar sekitar BRI unit beroperasi, dan juga bagi masyarakat sekitar pasar pada hari-hari tertentu. Dalam kegiatan grebek pasar manfaat yang didapat dari segi perusahaan adalah dengan lebih berinteraksi dengan masyarakat. Produk dan layanan dapat disosialisasikan secara umum dan langsung. Pemasaran bukan saja sekedar menunggu nasabah untuk datang berkunjung ke kantor BRI melainkan petugas langsung berada di lapangan menawarkan, dan menginformasikan produk dan layanan bank.¹⁶

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak Hamzah Mutakin“..... Apabila bank lain beriklan produk tabungannya, kita juga beriklan. Bank lain melakukan kegiatan promosi, kita juga melakukan. Jika kita tidak nanti bisa beralih nasabah kita. Bank BRI unit memiliki target yang harus dicapai. Apabila menunggu nasabah untuk datang ke BRI sedangkan bank lain melakukan promosi, kita juga harus melakukan karena masyarakat sekarang sudah lebih pintar dalam memilih, tapi lebih baik juga menginformasikan manfaat tabungan BRI khususnya simpedes. Saat ini belum banyak orang yang mau ke bank, apalagi masyarakat kita kalok ke bank masih sungkan.¹⁷

Saat ditanya kapan dan dimana acara grebek pasar dilakukan, Menurut bapak Heru Ifandri¹⁸ Untuk pelaksanaannya kami belum dapat menentukan kapan waktunya, semoga saja akan segera dilaksanakan. Yang pasti untuk tempatnya kami akan mengadakan di pasar kembang unit 9 (sembilan) Rimbo ulu pada hari minggu. Kegiatan grebek pasar yang akan kami lakukan merupakan salah satu metode Bank untuk dapat memberikan apresiasi kepada pedagang pasar, karena kesibukannya. Pada kegiatan grebek pasar ini pihak bank juga akan memberikan *souvenir* pada nasabah yang akan membuka rekening baru. *Souvenir* yang akan kita berikan berupa payung, kalender, gelas, dan kaos yang berlogokan BRI

4. Kesimpulan

1. Strategi manajemen yang di terapkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu dalam memasarkan tabungan simpedes guna meningkatkan sumber dana adalah melalui program promosi. Promosi yang dilakukan pihak bank yaitu dengan promosi penjualan yang dilakukan melalui program undian simpedes.
2. Hambatan yang dihadapi oleh manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu dalam memasarkan tabungan simpedes guna meningkatkan sumber dana adalah kurang efektifnya promosi tabungan simpedes pada masyarakat awam, persaingan dengan produk tabungan bank lain dan pola hidup masyarakat yang konsumtif.
3. Upaya yang dilakukan oleh manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Rimbo Ulu dalam mengatasi hambatan tersebut diatas adalah meningkatkan promosi tabungan simpedes pada masyarakat awam, menghadapi persaingan produk tabungan bank lain dan meningkatkan sosialisasi dengan mengadakan grebek pasar.

Daftar Pustaka

Dadang Kuswanto, (2011). *Metode Penelitian Sosial*, Pustaka Setia, Bandung.
Kasmir, (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Fitri Anita, *Customer Service* pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 10 April 2017.

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Hamzah Mutakin, *Customer Service* pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 10 April 2017.

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Heru Ifandri, kepala Unit pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Rimbo Ulu, tanggal 10 April 2017.