

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN AL-QASHWA HAJI PADA PT BPRS JAM GADANG (PERSERODA) BUKITTINGGI

Nur Hikmah *1

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi
hikmahnoerrr11@gamil.com

Zulhelmi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi
zulhelmitanjung@uinbukittinggi.ac.id

Abstract

This research is motivated by the low customer interest in Hajj al-qashwa savings products and the number of customers who always fluctuate in 2019 and 2021, and also the number of customers who withdraw before the disbursement is made. The formulation of the problem in this research is how the hajj al-qashwa savings product development strategy is in increasing the number of customers at PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi. The purpose of the research is to find out the product development strategy of Hajj al-qashwa savings in increasing the number of customers at PT BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi. The type of research used in this research is field research using qualitative methods. The data sources used are primary data and secondary data, with data analysis techniques used, namely, data collection, data processing, data presentation, conclusion verification. Based on the results of the study it can be concluded that the product development strategy of Hajj savings al-qashwa at PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi is by introducing products to customers by means of socialization and distribution of brochures, innovating products, expanding marketing, and imitating competitor strategies used in its product development strategy.

Keywords: Analysis, Strategy, Product Development

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh masih rendahnya minat nasabah terhadap produk tabungan al-qashwa haji dan jumlah nasabah yang selalu berfluktuasi pada tahun 2019 dan 2021, dan juga banyaknya nasabah yang melakukan penarikan sebelum waktunya pencairan dilakukan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pengembangan produk tabungan al-qashwa haji dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi. Adapun tujuan penelitiaannya adalah untuk mengetahui strategi pengembangan produk tabungan al-qashwa haji dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu, pengumpulan data, pengolahan data, penyajian data, kesimpulan verifikasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan yakni, strategi pengembangan produk tabungan al-qashwa haji pada PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi adalah dengan melakukan pengenalan produk kepada nasabah dengan cara sosialisasi serta pembagian brosur, melakukan inovasi terhadap produk, memperluas pemasaran, serta menirukan strategi pesaing yang digunakan dalam strategi pengembangan produknya.

Kata Kunci: Analisis, Strategi, Pengembangan Produk

¹ Korespondensi Penulis

Pendahuluan

Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam menginginkan sistem perbankan yang sejalan dengan keyakinan agama dan menghindari riba. Diskusi tentang pendirian bank syariah dimulai pada tahun 1980an, namun baru pada tahun 1990 inisiatif khusus diambil untuk mendirikan bank syariah. Pada era reformasi, perkembangan bank syariah disahkan dengan disahkannya UU No. 10 Tahun 1998.

Undang-undang tersebut menetapkan peraturan bagi bank syariah, merinci dasar hukumnya dan jenis usaha yang dapat dijalankannya. Hal ini juga memungkinkan bank konvensional untuk mendirikan cabang syariah atau mengkonversi diri menjadi bank syariah. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah, yang dapat berupa bank umum syariah atau bank pembiayaan syariah.

Perbankan syariah beroperasi tanpa menggunakan bunga, spekulasi, atau ketidakpastian. Tujuannya tidak hanya untuk memperlancar transaksi, tetapi juga untuk meningkatkan praktik keagamaan masyarakat dan mendidik individu dalam melakukan transaksi sesuai dengan prinsip syariah. Ibadah haji tahunan di Indonesia memberikan peluang yang menggiurkan bagi lembaga perbankan syariah, karena dianggap sebagai kewajiban agama bagi umat Islam yang mampu melaksanakannya. Hal ini dituangkan dalam UU RI NO. 13 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa ibadah haji merupakan rukun Islam yang kelima dan kewajiban sekali seumur hidup bagi umat Islam yang memenuhi syarat.

Pada data yang telah ditemukan pada PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi bahwa pada tahun 2017 jumlah nasabah tabungan al- qashwa haji berjumlah 199, pada tahun 2018 meningkat sebanyak 204 nasabah, dan pada tahun 2019 menurun menjadi 197 nasabah, pada tahun 2020 meningkat menjadi 203 nasabah, dan pada tahun 2021 menurun menjadi 187 nasabah. Berdasarkan dari keterangan data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah al- qashwa haji mengalami penurunan, sedangkan persentasinya berfluktuasi, yaitu terjadinya naik turun. Adapun strategi yang dilakukan oleh PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi dalam mengembangkan produk tabungan al- qashwa haji yaitu dengan cara menetapkan jumlah setoran maksimum, namun sekarang strategi itu dirubah dan diberikan keringanan berupa tidak adanya batas maksimum untuk menabung, serta pada

PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi juga menerapkan system jemput bola, yaitu system dimana nasabah tidak perlu datang langsung ke bank, melainkan debitur bank langsung turun ke lapangan mendatangi nasabah. Perubahan strategi tersebut mengalami kenaikan pada tahun 2020 yang jumlahnya 204 nasabah, namun dengan perubahan strategi pengembangan produk yang dilakukan pada tahun 2021 mengalami penurunan yang drastis dimana kurang dari 200 nasabah, jumlah totalnya menjadi 187 nasabah. Dapat dilihat bahwa setiap tahunnya PT. BPRS Jam Gadang Perseroda dalam memasarkan produknya tabungan al- qashwa haji dan umrah masih belum mencapai target. Hal ini dikarenakan produk tabungan al- qashwa haji dan umrah belum banyak dikenal oleh masyarakat. Dari permasalahan yang dihadapi PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi, dapat dilihat bahwa strategi pengembangan produk yang mereka terapkan masih belum bisa menarik minat nasabah dan masih banyaknya masyarakat yang masih kurang mengenal produk tabungan al-

qashwa haji dan umrah, serta dalam meningkatkan jumlah nasabah, dimana jumlah nasabah mengalami peningkatan dan penurunan yang perbandingannya cukup jauh.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan) yang merupakan usaha pengumpulan data yang dilakukan langsung kelapangan atau lokasi penelitian dengan melakukan wawancara bersama pihak pada PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi . Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu bahwa gejala dari suatu objek tunggal dan persial. Metode ini bertujuan untuk mengembangkan dan menggunakan model- model matematis, teori- teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam secara factual dan akurat mengenai fakta- fakta dan sifat populasi. Lokasi penelitian yang dilakukan pada PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi ,waktu penelitian yang penulis lakukan yaitu pada bulan September 2022 sampai selesai, objek penelitiannya dilakukan di PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi . Sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder , data primer segala data yang diperoleh dilapangan dan juga dengan metode observasi, dan menggunakan data sekunder yang mana data sudah dipublikasikan.

Hasil Dan Pembahasan

Dari hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan penulis di PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi yaitu terkait dengan pengembangan produk adalah dengan cara melakukan pengenalan produk kepada nasabah, pengenalan produk sangat perlu dilakukan guna untuk mempromosikan atau mengenalkan produk kita kepada konsumen atau nasabah, cara yang dilakukan PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi yaitu, melakukan pengenalan produk dengan sosialisasi secara *door to door* seperti sosialisasi ke sekolah, pondok pesantren, Ramayana, dank e masyarakat dengan cara membagikan brosur , pemasangan spanduk produk yang mereka punya . Dan juga menerapkan system transaksi jempu bola. Kedua yaitu melakukan Inovasi terhadap produk dengan cara pembaruan buku tabungan al-qashwa haji dan umrah berbeda dengan sebelumnya, dengan tujuan untuk memberikan sesuatu yang baru kepada nasabah serta untuk meningkatkan kenyamanan nasabah, selain itu juga inovasi terhadap system jemput bola baik untuk pembiayaan ataupun untuk simpanana boleh dilakukan setiap hari , sekali seminggu dan di luar jam kerja.

PT. BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi dalam mengembangkan produk dengan memeperluas pemasaran produknya dengan cara pembukaan kantor kas yang letaknya strategis dengan keramaian dimana kantor kas sebelumnya bertempat di Pakan labuah tigo baleh dan sekarang juga telah ada pembukaan kantor kas yang berlokasi di Pasar Atas Bukittinggi serta *Payment Pointnya* juga telah ada di Mal Pelayanan Publik belakang Balok Bukittinggi . Sehingga dengan hal tersebut produknya lebih cepat diketahui dan dikenal masyarakat dan nasabah , kemudian menjalin hubungan yang baik dan menyesuaikan pelayanan yang akan diberikan kepada nasabah dan calon nasabah. Karena sasaran produknya ditujukan kepada masyarakat umum ataupun tidak membatasi untuk nasabah yang akan menggunakan produknya. Langkah selanjutnya yang dilakukana

PT. BPRS Jam Gadang Perseroda dalam mengembangkan produknya yaitu menirukan strategi pesaing dan melakukan pergantian shift bagi setiap karyawan marketing, menirukan startegi pesaing PT. BPRS Jam Gadang dengan cara mempromosikan produk secara online melalui

media sosial seperti, whatshApp.

Instagram, bahkan melakukan konten kreatif tik tok dengan tujuan untuk menarik minat nasabah agar lebih tertarik dengan produknya. Dan langkah terakhir yang dilakukan yaitu peragantian shift bagi setiap karyawan dengan tujuan untuk mengukur kejujuran dan sikap karyawan selama dalam bekerja.

Pembahasan

Analisis Strategi Pengembangan produk Tabungan Al-Qashwa Haji dan Umrah Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat di paparkan hasil temuan melalui wawancara dan sumber informasi lainnya, bahwa strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. BPRS Jam Gadang (perseroda) Bukittinggi yaitu mengembangkan produk-produk yang sudah ada. Seperti produk tabungan simpanan yaitu; tabungan al-qashwa haji, tabungan idul fitri dan lainnya. PT. BPRS Jam Gadang Bukittinggi dalam mengembangkan produknya mereka memfokuskan pada pemasaran yang mengutamakan adab etika serta kejujuran, menggunakan sistem jemput bola. Sistem jemput bola dimana debitur langsung menjemput kepada nasabah untuk melakukan baik itu dalam bentuk tabungan simpanan dan pembiayaan. Sistem jemput bola disini mengutamakan kejujuran debitur dalam melaksanakan tugas yang di berikan lembaga, setiap harinya karyawan bank selalu di ganti pasangan turun lapangnya dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kejujuran karyawan tersebut. Kemudian nominal yang diberikan bank Rp, 20.000 (dua puluh ribu) merupakan nominal yang baik dan terjangkau di masyarakat, selain itu bank juga melakukan promosi di berbagai tempat seperti kesekolah, pondok, Ramayana, dan rumah sakit, guna untuk semakin di kenal masyarakat produk-produk yang mereka miliki sehingga dapat menarik minat nasabah dan di terima baik oleh masyarakat dengan menggunakan strategi *marketing mix*. Sesuai dengan teori yang ada bahwa *marketing mix* terdiri dari 4p yang harus di perhatikan *product* (produk) yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah, *place* (tempat/ lokasi) strategis dengan letak strategis akan mempermudah dalam mengenalkan dan mengembangkan produk kepada nasabah, dan masyarakat, *price* (harga) harga yang murah sesuai dengan keadaan ekonomi masyarakat. Dengan penerapan *marketing mix* tersebut tujuan yang di inginkan oleh PT. BPRS Jam Gadang (perseroda) Bukittinggi akan tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Faktor Penunjang dan Penghambat Strategi Pengembangan

Faktor Penunjang pengembangan Produk Tabungan Al-Qashwa haji pada PT. BPRS Jam Gadang (Perseroda) Bukittinggi yaitu faktor kejujuran dan profesional dalam bekerja, lokasi kantor yang strategis, sistem jemput bola yang digunakan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dari sebelumnya. Sedangkan faktor penghambat perkembangan produk yaitu sumber daya manusia yang kurang konsisten dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada nasabah, sehingga pesan atau informasi tersebut tidak tersampaikan dengan baik atau tidak sampai kepada nasabah, adanya travel haji dan umrah yang sudah mulai muncul di kalangan masyarakat, sehingga ini membuat berkurangnya peminat dari produk al-qashwa haji dan umrah. Dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan produk tabungan al-qashwa haji dan umrah pada PT. BPRS Jam Gadang (Perseroda) Bukittinggi faktor penghambatnya terdapat pada sumber daya manusia dalam menyampaikan dan memasarkan produknya kurang penekanan, sehingga terjadi seperti yang terdapat pada hasil wawancara yaitu banyaknya nasabah yang ingin di cairkan sebelum tiba waktunya dengan alasan tersebut. Dengan begitu bank tidak berhasil dalam mempertahankan

ketentuan dan syarat yang sudah ada, sehingga hal tersebut akan berpengaruh kepada nasabah yang lain untuk melakukan hal yang sama.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian lapangan maka dapat dibuat kesimpulan bahwa, strategi pengembangan produk tabungan al-qashwa haji pada PT.BPRS Jam Gadang Perseroda Bukittinggi adalah :

1. Melakukan pengenalan produk kepada nasabah dengan cara melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan sekolah- sekolah dengan tujuan mengenalkan dan mempromosikan produk yang sudah ada secara *door to door* dan diikuti juga dengan pembagian brosur untuk mempermudah masyarakat dalam memahami mengenai produk yang di kenalkan.
2. Melakukan inovasi terhadap produk, dengan cara melakukan pembaruan atau perubahan yang berbeda dari sebelumnya, salah satu pembaruan yang dilakukan terdapat pada pembaruan tampilan buku tabungan dengan tujuan agar lebih menarik minat nasabah.
3. Memperluas pemasaran yaitu dengan membuka kantor baru dan memilih lokasi tempat lebih strategis dari sebelumnya.
4. Menirukan strategi pesaing, dengan cara mengamati dan menerapkan hal strategi saja yang belum diterapkan seperti pesaing. Dalam hal sistem promosi pengenalan produk sebelumnya secara *door to door* dan pada saat ini bisa dilakukan juga secara online di sosial media.
5. Melakukan pergantian shift bagi setiap karyawan marketing pada sistem jemput bola dengan tujuan untuk mengukur dan memberikan kualitas pelayanan kepada nasabat agar sesuai dengan apa yang di inginkan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Agustinus, Wahyudi, 1996. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Binarupa Aksara
Anoraga, Pandji. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta
Dharmesta, Basu Swastha. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
Fattah, Nanang. 2015. *Fungsi Kompetisi Inti Dalam Manajemen Strategik*. Bandung: PTR Rosda karya
Suminto, Hari. 2002. *Pemasaran Blak-blakan*. Batam: Inter Aksara
Swastha, Basulrawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset
Umam, Khaerul. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia

Jurnal:

- Mukhlisin, Ahmad. 2018. Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah di Indonesia
. *Jurnal JES*. Vol 3. No. 2
Rini Endang Sulitiya. 2013. Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan *Jurnal Ekonomi* Vol 16. No. 1