

# ANALISIS SEGMENTASI PASAR UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH *SMALL MEDIUM ENTERPRISE* PT. BANK SYARIAH INDONESIA SAWOJAJAR MALANG

Alifia Widie Safitri<sup>1</sup>, Bambang Budiantono<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang, Email :fiawidie03@gmail.com

<sup>2</sup>Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang, Email :bang.tono@gmail.com

Presenting Author: fiawidie03@gmail.com;

\*Corresponding Author: bang.tono@gmail.com

## Abstrak

Artikel ini dilatarbelakangi oleh fenomena perkembangan lembaga keuangan yang semakin pesat setiap tahunnya dan strategi utama yang digunakan adalah strategi segmentasi pasar. Strategi dapat digambarkan sebagai tindakan adaptif untuk menanggapi situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting. Perilaku adaptif dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan rasional. Tentu saja, perkembangan ini menimbulkan persaingan, dengan masing-masing institusi mendapatkan pelanggan sesuai dengan tujuannya. Tentu saja, untuk mencapai tujuan ini memerlukan pelaksanaan strategi segmentasi pasar yang tepat untuk memastikan bahwa tujuan tersebut diinginkan. Segmentasi melibatkan pemilihan target pasar yang akan berdampak positif atau menguntungkan perusahaan atau bank. Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Sawojajar menjual sebuah produk pembiayaan, salah satu produk yang dijualnya adalah Small Medium Enterprise atau Usaha Kecil Menengah (UKM), yang ditujukan untuk modal kerja bagi pengusaha papan atas. Lebih dari 200 juta. Sebagai metode penelitian, kami mengadopsi penelitian kualitatif di mana peneliti langsung mencari informasi dan data yang diperlukan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah strategi segmentasi pasar BSI KC Sawojajar untuk meningkatkan jumlah nasabah dan bagaimana menganalisis segmentasi pasar terhadap persaingan dengan bank lain. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang menggunakan data lapangan sebagai bahan referensi utama. Hasil dari penelitian ini adalah segmentasi pasar dalam pertumbuhan jumlah nasabah SME di BSI KC Sawojajar diantaranya segmen Kesehatan, segmen Pendidikan dan segmen Fast Moving Consumer Goods (FMCG) dengan pendekatan demografis.

**Kata kunci:** Strategi, Segmentasi Pasar, Nasabah, Pembiayaan, KUR Kecil

## Abstract

This final project is motivated by the phenomenon of the development of financial institutions that are increasingly rapidly every year and the main strategy used is the market segmentation strategy. Strategy can be described as an adaptive action to respond to certain environmental situations that can be considered important. Adaptive behavior is carried out consciously based on rational considerations. Of course, this development gave rise to competition, with each institution gaining customers according to its objectives. Of course, to achieve this goal requires the implementation of the right market segmentation strategy to ensure that the goal is desired. Segmentation involves selecting a target market that will have a positive or beneficial impact on the company or bank. Bank Syariah Indonesia (BSI) Sawojajar Branch sells a financing product, one of the products it sells is Small Medium Enterprise or Small Medium Enterprise (UKM), which is intended for working capital for top entrepreneurs. More than 200 million. As a research method, we adopt a qualitative research in which the researcher directly seeks the necessary information and data. The formulation of the problem in this study is the market segmentation strategy of BSI KC Sawojajar to increase the number of customers and how to analyze market segmentation against competition with other banks. This research is a type of field research that uses field data as the main reference material. The results of this study are market segmentation in the growth of the number of SME customers at BSI KC Sawojajar including the Health segment, Education segment and the Fast Moving Consumer Goods (FMCG) segment with a demographic approach.

**Keywords:** Strategy, Market Segmentation, Customers, Financing, Small KUR

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dunia yang berubah dengan cepat telah memaksa produsen dan penjual untuk berpikir keras untuk bertahan hidup di dunia mereka. Perubahan ini terjadi karena berbagai alasan, antara lain pertumbuhan dan perkembangan teknologi yang pesat. Perubahan teknologi yang cepat juga berdampak pada perubahan perilaku masyarakat. Informasi dari berbagai sumber dapat dengan mudah diakses dan diasimilasi oleh komunitas yang berbeda, bahkan di daerah pedesaan yang terpencil. Implikasi yang paling nyata adalah masyarakat sangat cerdas dalam memilih produk yang disukai, membandingkan produk sejenis dan mengikuti keinginannya sendiri. Saat menjual produk, pemasar harus dapat menilai kondisi pasar saat ini dan masa depan. Dengan kata lain, pemasar harus tanggap terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.

Bank sebagai lembaga keuangan yang menyediakan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk menjual produknya. Dampak perubahan teknologi juga berdampak positif bagi perkembangan industri perbankan. Produk yang dikirim ke pelanggan menjadi lebih cepat dan lebih efisien.

Kondisi pasar yang heterogen merupakan tantangan bagi perbankan dalam menentukan segmen pasar yang akan dituju. Apakah bank akan memilih semua anggota masyarakat menjadi nasabahnya atau sebagai pasar sasarannya atautkah hanya memilih kelompok tertentu dari anggota masyarakat.

Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki produk pembiayaan Small Medium Enterprise atau SME yaitu fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada pedagang dan pengusaha dengan plafond diatas 200.000.000 untuk kebutuhan pembiayaan modal kerja dan investasi banyak bank syariah yang ingin berbondong-bondong untuk menjadikan SME sebagai pembiayaan khusus.

Adanya kewajiban dari pemerintah untuk menaikkan porsi pembiayaan di sektor usaha kecil dan menengah atau Small Medium Enterprise (SME) dapat dimanfaatkan oleh perbankan syariah untuk menggenjot kinerjanya. Seperti diketahui pemerintah akan menaikkan porsi pembiayaan SME hingga 20% yang akan datang.

Tabel 1.1  
Tabel Jumlah Nasabah SME

NO	BULAN	SEGMENT KESEHATAN	SEGMENT PENDIDIKAN	SEGMENT UMKM	JUMLAH PLAFOND PERMINTAAN TERCAPAI
1	Desember 2021	0	0	0	0
2	Januari 2022	1	0	0	500.000.000
3	Februari 2022	0	0	1	200.000.000
4	Maret 2022	0	0	4	800.000.000
5	April 2022	0	0	2	940.000.000

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Nasabah SME  
Sumber : (PT Bank Syariah Indonesia, Tbk. , n.d.)

### Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui segmentasi pasar yang dilaksanakan oleh BSI KC Sawojajar dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan Small Medium Enterprise
2. Untuk mengetahui prosedur strategi pembiayaan Small Medium Enterprise yang diterapkan di BSI KC Sawojajar.

## **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti  
Dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam masalah yang berhubungan dengan pasar perbankan terutama dalam peningkatan jumlah nasabah pembiayaan Small Medium Enterprise di BSI KC Sawojajar, dan juga untuk memenuhi Tugas Akhir di Universitas Widyagama Malang
2. Bagi Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan Syariah  
Diharapkan penelitian ini berguna untuk menambah wawasan pengetahuan serta sebagai wahana untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh selama praktek kerja lapangan di Universitas Widyagama Malang
3. Bagi BSI Kantor Cabang Sawojajar  
Penelitian ini bermanfaat sebagai saran dan masukan bagi pihak BSI KC Sawojajar dan dapat membantu dalam menyelesaikan kendala yang terjadi dalam memasarkan dan mengembangkan produknya.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar penelitian lanjutan dan sebagai dalam pemikiran bagi pengembangan pembelajaran untuk melanjutkan penelitian dalam meningkatkan pembelajaran menanggapi siaran atau informasi dari media elektronik dengan menggunakan metode active knowledge sharing.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Perbankan Syariah**

Kata Syariah berasal dari bahasa arab, dari akar kata syara<sup>h</sup>, yang berarti jalan, cara, dan aturan. Syariah digunakan dalam arti luas dan sempit. Singkatnya, syariah adalah ajaran - ajaran agama Islam itu sendiri, yang dibedakan menjadi dua aspek, yaitu ajaran tentang kepercayaan (akidah) dan ajaran tentang tingkah laku (amaliah). Jadi “Bank Syariah” adalah bank yang melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Sebagaimana telah ditegaskan dalam penjelasan umum pada buku Dr. A. Wangsawidjaja Z., SH., MH UU Perbankan Syariah bahwa kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur riba, maisir, gharar, haram, dan zalim.

Sedangkan Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya

Tujuan bank syariah termasuk namun tidak terbatas. 5 poin yang merupakan tujuan bank syariah diantaranya :

1. Untuk mengupayakan konsep keadilan dalam sektor ekonomi
2. Untuk menghindari persaingan tidak sehat antara lembaga keuangan
3. Untuk meningkatkan transaksi yang sesuai syariat islam
4. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat
5. Untuk menjaga kestabilan ekonomi moneter

### **Segmentasi Pasar**

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi dan distribusi dari ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional.

Dari pengertian pemasaran diatas, ada beberapa konsep yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a. Kebutuhan adalah suatu keadaan ketika dirasakannya ketidakpuasan dasar tertentu yang

- sifatnya ada dan terletak dalam tubuh dan kondisi manusia.
- Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam lagi.
  - Permintaan adalah keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan-kemampuan dan kemauan untuk membelinya.
  - Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan.
  - Nilai adalah estimasi konsumen terhadap kapasitas produk secara keseluruhan untuk memuaskan kebutuhannya.

**Small Medium Enterprise (SME)**

Produk Small Medium Enterprise (SME) adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada pedagang dan pengusaha, untuk kebutuhan pembiayaan modal kerja dan investasi. SME sendiri terbagi menjadi 3 (tiga) segmen diantaranya:

1. Segmen Pendidikan yaitu segmen yang digunakan produk SME untuk masuk dalam dunia pendidikan yang bertujuan untuk investasi dalam bentuk pembangunan, perbaikan fasilitas maupun pembelian lahan baru
2. Segmen Kesehatan yaitu segmen yang bertujuan untuk investasi atau modal kerja dalam bidang kesehatan dalam bentuk pembelian peralatan kesehatan maupun pembangunan dan perbaikan fasilitas kesehatan.
3. Segmen Fast Moving Consumer Goods (FMCG) atau barang konsumen yang bergerak cepat. Segmen ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan perlengkapan modal kerja seperti toko kosmetik, toko kelontong dan minuman ringan.

Berikut adalah alur pembiayaan Small Medium Enterprise (SME) :

Gambar 2.1  
Alur Pembiayaan BSI SME



GAMBAR 2.1 ALUR PEMBIAYAAN BSI SME 1  
Sumber data: keuangansyariah.mysharing.com

## Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Penulis	Bab	Judul	Hasil Penelitian
1	Owomoyela, S.K., Olankanmi, S., & Oyeniya, K.O (2013)	Strategi Pemasaran	<i>“Investigating The Impact of Marketing Mix Es on Consumer Loyalty : An Emprical Study on Nigeian Breweres Plc”</i>	Untuk mengetahui efek elemen bauran pemasaran (marketing mix) dalam mengejar tujuan pemasaran. Hasil penelitian yang dilakukan adalah menyelidiki dampak dari elemen bauran pemasaran (marketing mix) terhadap loyalitas konsumen bahwa harga, produk, menguntungkan organisasi dan para pemegang saham.
2	Resnawati (2018)	Segmentasi Pasar Pembiayaan Syariah	Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dalam Penyaluran Pembiayaan Murabahah Pada PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek	Pada PT. BPRS Haji Miskin menggunakan segi segmentasi pasar Geografis yaitu membagi pasar dalam tingkat wilayah. Dan segi Demografis yang membagi pasar berdasarkan umur seseorang serta pendapatan tinggi rendahnya seseorang. Dan berdasarkan Psikografis membagi pasar berdasarkan gaya hidup.
3	Mansur Chadi Mursid (2012)	Perbankan Syariah	Analisis Segmen Pasar dan Perilaku Nasabah Bank Syariah: Kajian Hukum Islam Terhadap Produk HSBC Amanah Indonesia	Aspek segmentasi menunjukkan bahwa karakteristik dan ukuran masing-masing pasar membedakan bank syariah. Segmen pasar terdiri atas syariah loyalis, massa mengambang dan loyalis konvensional dan menunjukkan bahwa segmen masa mengambang merupakan segmen masa mengambang.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif, dimana peneliti mengamati secara langsung untuk mencari informasi dan data yang dibutuhkan. Penelitian kualitatif tidak memerlukan angka dalam mengumpulkan data dan dalam memberikan suatu penafsiran terhadap hasil dan suatu isi.

### Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) objek penelitian adalah suatu atribut, nilai atau sifat dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitian ini adalah segmentasi pasar dan peningkatan jumlah nasabah pembiayaan Small Medium Enterprise (SME) pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sawojajar Kota Malang.

### Subjek Penelitian

Menurut Arikunto (2007) subjek penelitian adalah sesuatu yang sangat penting kedudukannya didalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal atau orang. Subjek penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sawojajar Kota Malang.

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dilakukan penelitian ini adalah di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang

Sawojajar atau Malang Kota 2 di Ruko WOW Jl. Raya Sawojajar No. 28A, Sawojajar, Kec. Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur. Kegiatan penelitian dilakukan pada tanggal 12 Maret sampai dengan 03 April 2022 pada jam kerja pukul 08.00 – 16.00 WIB.

### **Jenis Data Penelitian**

Pengertian data primer menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Misalnya data primer diperoleh dari kantor cabang mengenai grafik peningkatan suatu produk yang ada di kantor cabang, agar dapat membandingkan tingkat peningkatan yang ada di setiap kantor cabang.

Data Sekunder menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Misalnya data primer diperoleh dari menyebar questioner ke nasabah mengenai suatu produk unggulan yang ada di suatu perbankan, agar dapat meningkatkan citra suatu produk dan dapat meningkatkan peminat produk tersebut.

Jenis data yang digunakan adalah menggunakan data primer, dimana informasi data yang diperoleh melalui pegawai kantor cabang secara langsung.

### **Sumber Data**

Menurut Paramita & Rizal (2018) data internal adalah data yang diperoleh dari dalam organisasi tersebut. Sedangkan data eksternal berasal dari luar organisasi atau perusahaan tersebut yang hasil penelitiannya berasal dari orang lain diluar perusahaan.

Sumber datanya diperoleh dari pihak internal perusahaan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Sawojajar Kota Malang. Data yang dimaksud adalah data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data diperoleh dari PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Sawojajar Kota Malang dengan menggunakan teknik :

- Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Betty selaku General Affair dan Ibu Poppy selaku Branch Office and Service Manager di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, Kantor Cabang Sawojajar Kota Malang dengan topik dan pembahasan yang berhubungan dengan judul peneliti untuk mendapatkan data informasi yang diperlukan.

- Observasi

Salah satu metode yang digunakan dalam pengumpulan data dengan cara mengamati dan meninjau secara langsung, untuk mengetahui secara langsung suatu kondisi dan keadaan yang real atau benar-benar terjadi.

- Dokumentasi

Peneliti melakukan dokumentasi dengan mendokumentasikan beberapa informasi dan data yang diperlukan peneliti saat wawancara maupun observasi.

### **Alat Analisis Data**

Analisis data yang dilakukan dengan mencari informasi melalui jurnal, internet maupun referensi dari buku-buku yang berkaitan dengan judul peneliti. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan secara kualitatif karena dilakukan dengan satu tahap yaitu menganalisis segmentasi pasar dan jumlah peningkatan nasabah pada produk pembiayaan Small Medium Enterprise (SME).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin). (PT Bank Syariah Indonesia, Tbk. , n.d.) Segmen bisnis Bank Syariah Indonesia yaitu dalam perkembangannya perekonomian syariah di

Indonesia, Bank Syariah Indonesia memiliki fokus untuk menumbuhkan segmen UMKM dalam ekosistem yang lebih terintegrasi mulai dari pelayanan retail dan consumer, serta mengembangkan segmen wholesale dengan produk yang lebih inovatif termasuk pada lini bisnis global. Tentu saja dalam aktivitas proseduralnya akan menerapkan prinsip Maqashid Syariah. Selain itu, Bank Syariah Indonesia juga akan fokus pada pemerataan ekonomi masyarakat melalui Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf. (Kurnia, 2021)

### Strategi Segmentasi Pasar BSI KC Sawojajar

Dalam kegiatan pemasarannya pihak BSI KC Sawojajar telah membagi segmentasi untuk produk Small Medium Enterprise (SME) yaitu dengan tiga segmen diantaranya Segmen Pendidikan, Segmen Kesehatan, dan Investasi Fast Moving Consumer Goods (FMCG). Dan plafond yang dipakai oleh produk SME yaitu investasi diatas 300 juta atau skala tinggi.

Faktor yang perlu di perhatikan sebelum menetapkan target pasar Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak General Affair (GA) sebelum menetapkan target pasar yang akan dituju perlu adanya beberapa hal yang diperhatikan atau menjadi bahan pertimbangan. Beberapa diantaranya yaitu:

- a. Seberapa besar manfaat dari segmen yang akan dituju tersebut, hal tersebut agar tidak menimbulkan kerugian nantinya pada pihak bank.
- b. Biaya yang harus dikeluarkan untuk mencapai segmen tersebut.
- c. Kesesuaian segmen dengan tujuan dan kemampuan perusahaan.

### Pengaruh Penerapan Segmentasi Pasar SME

Melalui segmentasi pasar dapat mempermudah dalam penyesuaian produk dan strategi Marketing Mix yang dilakukan dengan target pasar. Dengan menjalankan identifikasi dibagian pasar yang dapat dilayani dengan efektif, bank bisa berada pada posisi yang terbaik juga kedepannya bisa menargetkan peluang pasar yang lebih luas. Melalui segmentasi pasar yang dilakukan BSI KC Sawojajar terlihat bahwa dengan memberikan pembiayaan SME dapat meningkatkan jumlah nasabah yang berinvestasi besar untuk pengembangan usahanya dalam bidang Pendidikan, Kesehatan maupun Fast Consumer Moving Goods (FMCG).

### Prosedur Segmentasi Pasar BSI KC Sawojajar

Tabel 4.1

Prosedur Segmentasi Pasar BSI KC Sawojajar

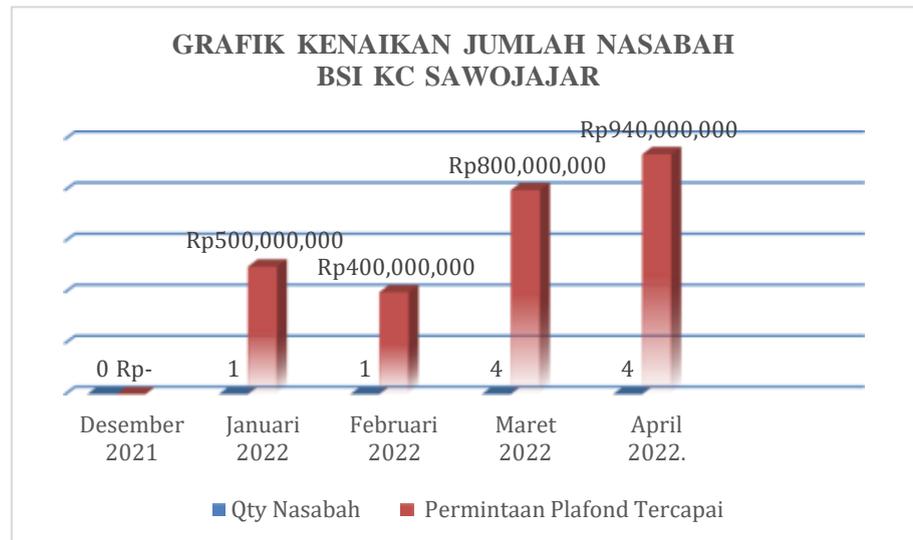


Sumber data : (Avi, 2022)

## Data BSI KC Sawojajar dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Gambar 4.1

### Grafik Peningkatan Jumlah Nasabah Produk SME



GAMBAR 4.4 GRAFIK PENINGKATAN JUMLAH SME 1

*Sumber data* : (Avi, 2022)

Konsep pemasaran berorientasi pada kepentingan dan kepuasan nasabah dengan tetap mengingat tujuan utama bank untuk mendapatkan laba dalam jangka panjang. Hal ini harus didukung pula oleh sistem administrasi dan pola manajemen yang strategis, selain itu sasaran pemasaran produk harus jelas, untuk mengetahui hal tersebut terlebih dahulu dilakukan riset pemasaran. Para pemasar dapat memahami para konsumen melalui pengalaman penjualan produk-produk bank kepada nasabah dan calon nasabah dan diperlukan strategi khusus. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Poppy selaku Branch Office and Service Manager (BOSM) produk bank kepada nasabah dan calon nasabah dan diperlukan strategi khusus. Untuk mendukung aspek marketing dalam rangka meningkatkan daya tarik nasabah, bank mempunyai figure tokoh masyarakat yang cukup kredibel dan mempunyai jaringan cukup luas. Dari sinilah dimulai kegiatan marketing dari aspek pendanaan

### Data BSI KC Sawojajar dalam Memenuhi Program SME

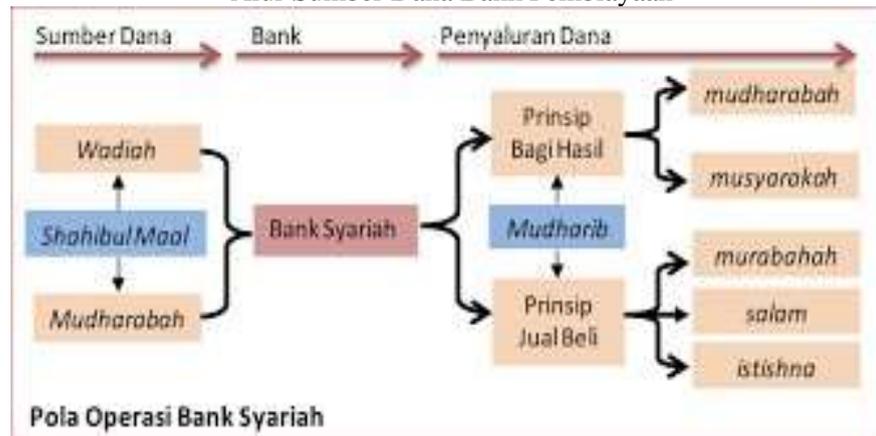
Untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan SME, BSI KC Sawojajar juga memiliki syarat dan ketentuan untuk bisa dilampirkan guna memenuhi proses pembiayaan SME tersebut diantaranya :

1. Datangi kantor cabang BSI terdekat
2. Calon nasabah mengisi form pengajuan pembiayaan
3. Serahkan dokumen persyaratan seperti:
  - WNI cakap hukum
  - Usia Minimal 21 tahun atau telah menikah
  - Memiliki usaha yang telah berjalan sekurang-kurangnya dalam waktu enam bulan
  - Fotocopy KTP nasabah dan pasangan
  - Fotocopy Kartu Keluarga
  - Memiliki penghasilan dan mampu mengangsur
  - Fotocopy Akta Nikah
  - Fotocopy NPWP
  - Fotocopy dokumen agunan
  - Legalitas Usaha Nasabah
4. Proses BI Checking atau Bank Checking, artinya bank melakukan analisis awal dengan melihat track record calon nasabah atas fasilitas pembiayaan. Hasil dari penelusuran ini akan menjadi dasar pertimbangan bank apakah pengajuan calon nasabah dapat dilanjutkan atau tidak.

5. Verifikasi kebenaran dokumen dan legalitas usaha dengan cara melakukan trade checking yang artinya menggali informasi kepada supplier, buyer dan mitra kerja calon nasabah serta bank akan melakukan survei on the spot (OTS) ke tempat usaha yang akan dibiayai.
6. Bank melakukan analisis usaha, laporan keuangan dan pendapatan nasabah untuk mengukur apakah nasabah memiliki kemampuan membayar kembali pengajuan pembiayaannya.
7. Bank melakukan appraisal terhadap jaminan pembiayaan untuk meyakinkan bahwa jaminan yang diberikan oleh nasabah mampu menutup nilai pembiayaan.
8. Proses komite pembiayaan, artinya hasil verifikasi yang sudah dilakukan akan dianalisis dan disajikan kepada pejabat bank yang memiliki kewenangan memutuskan pembiayaan. Pengajuan nasabah juga harus lolos uji sertifikasi dari lembaga pengawas syariah internal bank.
9. Penerbitan Keputusan Komite (SP3) Surat Pengesahan Persetujuan Pembiayaan, yang artinya pengajuan nasabah telah disetujui dengan catatan-catatan dan syarat-syarat yang harus dipenuhi sesuai hasil keputusan komite pembiayaan.
10. Proses Akad Pembiayaan yang dilakukan secara notariil di kantor notaris.
11. Realisasi Pembiayaan, dana pembiayaan akan ditransfer oleh bank di rekening nasabah yang ada pada bank tersebut atau kepada pihak lain dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah tersebut.
12. Setelah pengajuan pembiayaan nasabah cair, maka pihak bank akan melakukan pengawalan, pengawasan dan pembinaan sampai pembiayaan tersebut dinyatakan lunas.

Gambar 4.2

Alur Sumber Dana Bank Pembiayaan



GAMBAR 4.2 ALUR SUMBER DANA BANK PEMBIAY

Sumber Data : newstempo.github

### Kendala Segmentasi Pasar Produk SME pada BSI KC Sawojajar

Kendala yang dialami Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sawojajar dalam mensegmentasi pasar produk SME diantaranya:

1. Segmen yang dijalankan kurang luas hanya tiga segmen yaitu Kesehatan, Pendidikan dan Fast Moving Consumer Goods (FMCG)
2. Strategi Pemasaran Saingan dengan Bank Konvensional
3. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh BSI KC Sawojajar masih terbatas

### Solusi Dari Kendala Segmentasi Pasar SME pada BSI KC Sawojajar

Maka solusi dari beberapa kendala yang dialami Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sawojajar dalam mensegmentasi pasar produk SME adalah sebagai berikut:

1. Menambah segmen pasar yaitu dengan masuk di pengusaha `tingkat atas untuk kebutuhan modal kerja seperti peternakan, dan pertanian
2. Membuat strategi pemasaran yang lebih mendekati terhadap masyarakat melihat saingan pada bank konvensional juga semakin ketat
3. Menambah sumber daya manusia yang handal agar target pasar yang diinginkan dapat tercapai dengan baik.

## **SARAN DAN KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk ,segmentasi pasar dalam peningkatan jumlah nasabah dalam produk Small Medium Enterprise (SME) ini menggunakan segmentasi berdasarkan pasar yang ada dan berjalan dengan baik yang menggunakan pendekatan segmentasi demografis. Dimana segmen tersebut yang paling umum digunakan untuk mengacu pada data statistik tentang sekelompok orang berdasarkan tingkat pendapatan.

Kriteria dari segmentasi pasar itu sendiri adalah dapat diidentifikasi, mencukupi (dari sudut ukuran), stabil, bertumbuh, serta dapat dijangkau dari sudut media maupun biaya.

Sedangkan tujuan utama dari segmentasi pasar adalah untuk menarik nasabah yang berpotensi untuk mengambil produk yang terbaik.

### **Saran**

Dalam menentukan strategi pemasaran, BSI KC Sawojajar juga harus memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki dengan tetap melihat kelemahan dan ancaman. Untuk meningkatkan kualitas produk SME diantaranya yaitu :

1. PT. Bank Syariah Indonesia KC Sawojajar perlu meningkatkan sosialisasi kepada instansi-instansi mengenai keberadaan dan produk yang ada pada bank tersebut agar lebih dikenal oleh masyarakat.
2. PT. Bank Syariah Indonesia KC Sawojajar harus lebih kreatif dan inovatif dalam menyikapi berbagai perkembangan yang modern karena segmentasi pasar merupakan langkah awal untuk menentukan aktivitas bank dalam hal pemasaran.
3. PT. Bank Syariah Indonesia KC Sawojajar meningkatkan pemasaran atau promosi ke berbagai masyarakat muslim Indonesia agar tidak mudah tersaingi oleh bank konvensional.
4. PT. Bank Syariah Indonesia KC Sawojajar hendaknya menambah sumber daya manusia yang handal mengingat bahwa pangsa pasar sangat luas agar lebih optimal dan menyentuh masyarakat.

## **REFERENSI**

Amalia, A. (2016, August). PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN DAN SWOT PADA PERUSAHAAN POPSY TUBBY. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis, 1*.

Amstrong, G. (2003). Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis. *Angkasa*, 34.

Avi, B. S. (2022, 06 22). General Affair. (A. W. Safitri, Interviewer)

Cermati.com. (2021, April 8). *Bank Syariah: Prinsip yang diamalkan dan Manfaat yang Didapat*. Retrieved from cermati.com: <https://www.google.com/amp/s/www.cermati.com/artikel/amp/bank-syariah-prinsip-yang-diamalkan-dan-manfaat-yang-didapat>

- Erawati, D. (2021). Analisis Implementasi Service Excellence Customer Service Pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Pembantu Kota Batu.
- Fadli, R. (2018). TUGAS AKHIR SEGMENTASI PRODUK FUNDING PADA PT. BANK LAMPUNG CABANG METRO. *IAIN METRO*. Retrieved from <https://repository.metrouniv.ac.id/eprint/2645/1/TUGAS%20AKHIR%20RAYMOND%20FADLI%2014123238.pdf>
- Fajar, & Laksana, F. (2008). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis. *Yogyakarta:Graha Ilmu*, 33.
- Guru Ekonomi. (2021). Nasabah . *sarjanaekonomi*. Retrieved from <https://sarjanaekonomi.co.id/nasabah/>
- Guru Ekonomi. (2022, April). Pengertian Segmentasi Pasar Menurut Para Ahli. *sarjanaekonomi*. Retrieved from <https://sarjanaekonomi.co.id/pengertian-segmentasi-pasar-menurut-para-ahli/>
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grasino.
- Ilmu Perbankan + Manajemen Bank. (2020). *Ahli Perbankan*. Retrieved from Strategi Pemasaran Bank Syariah: <https://ahliperbankan.com/strategi-pemasaran-bank-syariah/>
- Kasmir, S. M. (2018). *Pemasaran Bank*. Jakarta, Indonesia: K E N C A N A. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?id=ZYCQAAAACAAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=true](https://books.google.co.id/books?id=ZYCQAAAACAAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true)
- Khukmiyah, F. (2021). *Laporan Praktek Kerja Lapangan PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Malang*.
- Kolter, P. (2005). Strategi Marketing. *Cerdas Jaya*.
- Kurnia, R. D. (2021, April 6). *Bank Syariah Indonesia: Sejarah Merger, Saham, hingga Tujuan*. Retrieved from <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia/>
- Mardiaynto, E. (2021). Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 93-103.
- Merdeka.com. (2021, Juny 29). *Fungsi Bank Syariah, Ini Penjelasmnya*. Retrieved from Merdeka.com: <https://m.merdeka.com/trending/fungsi-bank-syariah-ini-penjelasan-lengkapnyakln.html>
- newstempo. (2021, August 6). *Produk Bank Syariah*. Retrieved from github: <https://newstempo.github.io/down/post/produk-bank-syariah/>
- No.21, U. (2008). *Perbankan Syariah*.

- Palupi, R. (2022, 06 22). Branch Office and Service Manager. (A. W. Safitri, Interviewer)
- PT Bank Syariah Indonesia, Tbk. . (n.d.). Retrieved from <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>
- Resnawati. (2018). PENERAPAN STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM PENYALURAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT. BPRS HAJI MISKIN PANDAI SIKEK. *e.campus.iainbukittinggi*. Retrieved from <http://e-campus.iainbukittinggi.ac.id/ecampus/AmbilLampiran?ref=90698&jurusan=&jenis=Item&usingId=false&download=false&clazz=ais.database.model.file.LampiranLain>
- rizensia. (2021, January 25). *Ini Penampakan Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)*. Retrieved from Sahabat Investasi Kamu: <https://www.rizensia.com/2021/01/ini-penampakan-logo-bank-syariah.html>
- Saladin, D. (2003). Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Pelaksanaan dan. *Linda Karya*, 171.
- Suryani, T. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN STRATEGIK BANK DI ERA GLOBAL Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?id=eaZeDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=segmentasi+pasar+perbankan&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=true](https://books.google.co.id/books?id=eaZeDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=segmentasi+pasar+perbankan&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true)
- Syariah Pedia. (2022). *Gambaran Umum Bank Syariah*. Retrieved from Syariah Pedia Ensiklopedia Ekonomi Syariah: <https://www.syariahpedia.com/2018/10/bank-syariah-definisi-sejarah-prinsip.html?m=1>
- Wakalahmu. (2022, February 2). *Bank Syariah: Pengertian, Fungsi dan Tujuannya*. Retrieved from Wakalahmu saatnya klik syar'i: <https://wakalahmu.com/artikel/literasi-keuangan/bank-syariah-pengertian-fungsi-dan-tujuannya>
- Wibowo, D. S., Arifin, Z., & Sunarti. (2015, December 1). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29, 59-66. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/86529-ID-analisis-strategi-pemasaran-untuk-mening.pdf>
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016, September). "Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta. *AJIE- Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1, 178.