



Tuti Anggraini¹
 Ade Syafitri²

ANALISIS KUALITAS PRODUK DENGAN REBRANDING UNTUK MENARIK MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK SUMUT SYARIAH KCP SIMPANG KAYU BESAR

Abstrak

Penelitian ini dilakukan guna melihat bagaimana kualitas produk *rebranding* dapat menarik minat para nasabah untuk menabung di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dimana peneliti menggunakan metode wawancara kepada pihak-pihak terkait dan melihat sumber-sumber pustaka lainnya. Dari hasil dari penelitian mengenai penerapan *rebranding* produk dampak positif yang didapat dalam melakukan strategi *rebranding* produk yaitu meningkatnya jumlah nasabah dan bertambahnya jumlah dana yang berhasil di akuisisi pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Kata Kunci: Bentuk Promosi, Efektivitas

Abstract

This research was conducted to see how the quality of rebranding products can attract customers to save at Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar. In this study, researchers used qualitative descriptive methods. Where researchers use the interview method to related parties and look at other library sources. From the results of research on the application of product rebranding, the positive impact obtained in carrying out product rebranding strategies is the increase in the number of customers and the increase in the number of funds successfully acquired at Bank Sumut KCP Simpang Kayu Besar

Keywords: Forms of Promotion, Effectiveness.

PENDAHULUAN

Menurut para ulama dan Islam, kesejahteraan manusia merupakan hasil interaksi jangka panjang antara beberapa elemen ekonomi dan elemen lainnya (seperti moralitas, kependudukan, masyarakat, dan politik). Menurut Anggraini (2019), aktivitas ekonomi merupakan isyarat pentingnya agama yang menjadikan masyarakat sebagai pengendali seluruh sistem perekonomian.

Ilmu ekonomi berkaitan dengan produk dan jasa yang menjadi subjek pertukaran atau transaksi. Menurut pernyataan sebelumnya, penawaran dan permintaan dalam sistem perekonomian berfungsi sebagai cara agar suatu produk dan jasa dibayar oleh pembeli ketika penjual menawarkan barang atau jasanya. Sistem ekonomi fokus ekonomi keuangan adalah pengambilan keputusan berdasarkan dua faktor penting, kerugian dan keuntungan (Rahmayanti, 2018).

Topik utamanya mengacu pada melakukan investasi keuangan, khususnya di pasar saham, valuta asing, dan instrumen utang. Penelitian ekonomi berfokus pada hal ini, dan menjadi semakin penting untuk mempertimbangkan bagaimana pasar keuangan mempengaruhi perekonomian. Perekonomian dapat dimajukan melalui perbankan. Perkembangan sektor perbankan dari waktu ke waktu dan kebutuhan untuk menyediakan bank bagi mereka yang tinggal di negara-negara industri harus dipenuhi. Bank adalah mitranya dalam segala aspek keuangan sehari-hari dan penempatan bank, serta berfungsi sebagai wahana sejumlah transaksi keuangan (Rahmayanti, 2018).

Pembiayaan lembaga yang menggunakan sistem atau rasio bagi hasil yang telah lama ada di negara-negara dengan populasi Muslim yang cukup besar telah mengalami beberapa perbaikan.

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
 email: tuti.anggraini@uinsu.ac.id, adesyafitri1412@gmail.com

Banyak pemikir Islam, seperti JM. Muslimin, KH. Ma'ruf Amin, Alwin Sihab, dan lain-lain, telah menekankan mengapa bank syariah penting bagi kemajuan teknologi, namun mereka belum membahas konsep perbankan syariah secara mendalam. Keuangan Islam, yang berpusat pada pembagian keuntungan atau timbal balik, mulai mengalami kemajuan signifikan pada tahun 1940an. Fenomena perkembangan bank syariah yang terus terjadi saat ini telah memicu persaingan yang ketat di bidang keuangan, baik antara bank syariah dengan bank konvensional. Sebagai bank pertama yang menerapkan sistem syariah, Bank Sumut menghadapi tantangan tersendiri dalam mendapatkan nasabah dan mengedukasi masyarakat tentang perbankan syariah karena adanya persaingan kepentingan atau tujuan yang berbeda-beda. Menyadari pentingnya menerapkan sistem ekonomi dalam masyarakat masih relatif sedikit ambiguitas antara apa yang halal dan apa yang salah menurut syariat (Anggraini, 2019).

Salah satu lembaga keuangan yang menjunjung tinggi nilai-nilai Islam adalah PT. Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar. Mengingat persaingan yang lebih ketat dibandingkan pesaing, maka sangat penting untuk menggunakan strategi pemasaran yang lebih baru dan kreatif untuk menarik nasabah ke layanan Bank Sumut Syariah pada saat itu. Solusi inovatif yang ditawarkan Bank Sumut Syariah dapat digunakan untuk menyusun skema atau nisbah bagi hasil. Pembiayaan produk, atau pengumpulan uang, pembiayaan, atau transfer uang, dan barang jasa adalah tiga bagian dari koordinasi jenis produk. Fakta bahwa PT. Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar terletak di tengah lingkungan yang sibuk menjadikannya posisi yang strategis. Kampanye promosi atau periklanan yang sering dijalankan Bank harus menghubungi nasabah untuk memberikan informasi secara efektif, yang berdampak positif. Upaya promosi sangat penting untuk menjalin hubungan dengan calon konsumen atau nasabah Bank Sumut Syariah saat ini. Dengan mempromosikan Bank Sumut Syariah, masyarakat dapat mengetahui semua kebutuhan calon konsumen dan menumbuhkan keinginan untuk menabung (Rusliani, 2017).

Promosi memberikan peluang yang sangat menguntungkan bagi bank dan konsumen. Berikut contoh kegiatan promosi: periklanan, promosi, hubungan masyarakat, dan penjualan personal. Bank dapat melakukan promosi yang menguntungkan perusahaan dengan menggunakan berbagai teknik promosi. Bank harus melakukan lebih banyak upaya, termasuk promosi, untuk menarik konsumen baru. Oleh karena itu, agar bank dapat mengiklankan penjualan secara efektif, mereka memerlukan informasi mengenai target pasarnya.

METODE

Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif kualitatif. Melalui deskripsi dalam bentuk pernyataan-pernyataan, percakapan tertentu dalam rana alam, dan metode-metode lain, penelitian kualitatif berusaha memahami fenomena-fenomena di sekitar peristiwa yang menimpa subjek penelitiannya, seperti aktivitas anggapan dan dorongan moral. Sesuai dengan tujuan penelitian, pengumpulan data kualitatif efektif menggambarkan suatu peristiwa; hal ini menunjukkan pentingnya kedalaman dan kekhususan data yang diteliti (Anggraini Gustia, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dewasa ini, lembaga keuangan yang terdapat di Indonesia semakin mengalami perkembangan. Mulai dari yang konvensional sampai syariah. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya jumlah lembaga-lembaga keuangan yang telah terbentuk.

Setiap perusahaan terkhusus pada perusahaan yang berjalan di sektor keuangan, mempunyai strategi pemasaran yang berbeda dalam hal membuat konsumen tertarik terhadap produk-produk yang ditawarkan atau dipasarkan. guna menghadapi persaingan yang amat sangat ketat, perusahaan memiliki strategi-strategi dalam menarik minat nasabah. Serta perusahaan haruslah cermat dalam melihat dan memanfaatkan peluang yang ada dari sesuatu yang sedang berkembang.

Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar membuat strategi dengan cara rebranding (perubahan nama) dengan penambahan label “*Marwah*” menjadi “*Smart IB Wadiah*”. Pada Bank Sumut Syariah, produk tabungan yang dulunya *Marwah* sekarang sudah menjadi *Smart IB Wadiah*.

Smart IB Wadiah merupakan tabungan yang menggunakan prinsip *wadiah yad ad dhamanah* (titipan dana) serta tidak menggunakan sistem imbal hasil sebagai syaratnya kecuali dalam bentuk pemberian suka rela.

Produk tabungan *Marwah* menggunakan akad *wadiah* yaitu si nasabah hanya menitipkan dananya kepada pihak bank tanpa adanya bagi hasil. Tidak hanya fasilitas ATM dan tabungan, ini dikelola berdasarkan prinsip *wadiah yad ad dhamanah*. Artinya tabungan ini sifatnya titipan murni.

Tidak hanya itu, ada keuntungan lain yang bisa dinikmati oleh nasabah dari produk *Smart IB Wadiah* ini, diantaranya:

1. Transaksi antar kantor dapat dilakukan melalui *online* secara *realtime*.
2. Diberi fasilitas kartu ATM.
3. Terbebas dari pembebanan biaya administrasi, kecuali jika menggunakan kartu ATM.
4. Kartu ATM (debit), *mobile banking* dan fasilitas layanan Elektronik lainnya terkait produk tabungan yang akan dikembangkan oleh Bank dikemudian hari.
5. Layanan *e-statement*.

Produk-produk Rebranding Marhamah Menjadi Smart Ib

Tabungan Marhamah telah diubah namanya menjadi Tabungan Smart IB oleh Bank Sumut, sebuah bank syariah di Indonesia. Rebranding ini merupakan bagian dari strategi pemasaran bank untuk menarik nasabah baru dan meningkatkan penawaran produk mereka. Tabungan Smart IB adalah rekening tabungan yang beroperasi berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah, yang memungkinkan mudharib (pengusaha) untuk sepenuhnya mengelola modal yang diberikan oleh shahibul mal (pemilik modal) untuk tujuan investasi atau bisnis. Rekening ini menawarkan fleksibilitas penarikan dan penyetoran kapan saja selama jam operasional, baik di teller counter atau melalui ATM. Rasio bagi hasil disepakati oleh kedua belah pihak. Produk yang telah diubah namanya ini diharapkan menjadi salah satu produk unggulan Bank Sumut dalam meningkatkan basis pelanggan mereka, terutama di Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar.

Tabungan Smart IB adalah salah satu produk Bank Sumut yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Berikut adalah beberapa informasi mengenai Tabungan Smart IB di Bank Sumut Syariah:

1. Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif.
2. Biaya administrasi diambil dari bagi hasil dengan jumlah maksimal sesuai ketentuan.
3. Tabungan Smart IB menawarkan kemudahan bertransaksi di seluruh kantor Bank Sumut Syariah dan dapat dibuka di seluruh kantor Bank Sumut Syariah.
4. Tabungan Smart IB menawarkan fleksibilitas penarikan dan penyetoran kapan saja selama jam operasional, baik di teller counter atau melalui ATM.
5. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Simpang Kayu Besar merupakan salah satu cabang Bank Sumut yang menawarkan Tabungan Smart IB.
6. Bank Sumut juga menawarkan layanan SMS Banking dan aplikasi mobile banking Sumut Mobile untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

Dengan adanya Tabungan Smart IB, Bank Sumut Syariah berharap dapat menarik nasabah baru dan meningkatkan basis pelanggan mereka.

Marwah Menjadi Smart Ib Wadiah

Tabungan Marwah telah diubah namanya menjadi Tabungan Smart IB Wadiah oleh Bank Sumut Syariah. Berikut adalah beberapa informasi mengenai Tabungan Smart IB Wadiah di Bank Sumut Syariah:

1. Tabungan Smart IB Wadiah adalah tabungan dengan prinsip *wadiah yad ad dhamanah* (titipan dana) dan tidak ada imbal hasil yang dipersyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari Bank.

2. Tabungan Smart IB Wadiah menawarkan kemudahan bertransaksi di seluruh kantor Bank Sumut dan dapat dibuka di seluruh kantor Bank Sumut.
3. Tabungan Smart IB Wadiah bebas biaya administrasi.
4. Tabungan Smart IB Wadiah menawarkan fleksibilitas penarikan dan penyetoran kapan saja selama jam operasional, baik di teller counter atau melalui ATM.
5. Bank Sumut juga menawarkan layanan SMS Banking dan aplikasi mobile banking Sumut Mobile untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

Marhamah Gaji Menjadi Smart Ib Payroll

Tabungan Marhamah Gaji telah diubah namanya menjadi Tabungan Smart IB Payroll oleh Bank Sumut Syariah. Bank Sumut menawarkan layanan Sumut Payroll untuk memudahkan pengelolaan gaji karyawan.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai Sumut Payroll:

1. Sumut Payroll adalah layanan pengelolaan gaji karyawan yang ditawarkan oleh Bank Sumut.
2. Layanan ini memungkinkan perusahaan untuk mengirimkan gaji karyawan secara langsung ke rekening tabungan Bank Sumut.
3. Dengan Sumut Payroll, perusahaan dapat menghemat waktu dan biaya dalam pengelolaan gaji karyawan.
4. Layanan ini juga dilengkapi dengan fitur laporan penggajian yang dapat membantu perusahaan dalam mengelola keuangan.
5. Untuk menggunakan layanan Sumut Payroll, perusahaan harus membuka rekening korporasi di Bank Sumut.

Ib Rencana Menjadi Smart Ib Rencana

Tabungan Ib Rencana telah diubah namanya menjadi Tabungan Smart Ib Rencana oleh Bank Sumut Syariah. Namun, jika yang dimaksud dengan "IB Rencana" adalah tabungan investasi, Berikut adalah beberapa informasi mengenai Tabungan Smart IB Rencana:

1. Tabungan Smart IB Rencana adalah jenis tabungan investasi pada Bank Sumut Syariah,
2. Nasabah dapat menabung hingga sejumlah rencana investasi yang telah disepakati.
3. Dana yang ditabungkan akan dikelola dengan prinsip syariah.
4. Tabungan Smart IB Rencana menawarkan kemudahan bertransaksi di seluruh kantor Bank Sumut dan dapat dibuka di seluruh kantor Bank Sumut.
5. Tabungan Smart IB Rencana bebas biaya administrasi.
6. Rasio bagi hasil disepakati oleh kedua belah pihak.

Ib Makbul Menjadi Smart Ib Makbul

Tabungan IB Makbul telah diubah namanya menjadi Tabungan Smart IB Makbul oleh Bank Sumut Syariah. Tabungan Smart IB Makbul adalah tabungan khusus untuk simpanan haji yang dirancang khusus sebagai sarana bagi nasabah yang akan berangkat ke tanah suci.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai Tabungan Smart IB Makbul:

1. Tabungan Smart IB Makbul menawarkan setoran awal yang ringan
2. Nasabah yang membuka Tabungan Smart IB Makbul akan mendapatkan perlengkapan haji bagi yang berangkat ke tanah suci.
3. Nasabah Tabungan Smart IB Makbul akan langsung mendapat nomor porsi haji.
4. Tabungan Smart IB Makbul bebas biaya administrasi.
5. Jadi, jika Anda mencari informasi mengenai Tabungan IB Makbul, Tabungan Smart IB Makbul dapat menjadi pilihan yang cocok.

Alasan Rebranding Produk

Rebranding merupakan upaya perusahaan untuk memperbarui identitas merek dan memperkenalkan produk atau layanan yang ditingkatkan. Alasan di balik rebranding ini dapat beragam, termasuk:

1. Modernisasi dan Inovasi: Perusahaan mungkin ingin mencerminkan bahwa mereka telah mengembangkan atau meningkatkan produk mereka dengan teknologi atau fitur-fitur baru yang lebih canggih. Rebranding dapat menjadi cara untuk menunjukkan bahwa mereka terus berinovasi dan berusaha memberikan solusi terbaik kepada klien mereka.
2. Ekspansi atau Diversifikasi: Jika perusahaan awalnya fokus pada satu aspek penggajian, seperti perhitungan gaji, dan kemudian memperluas jangkauan layanan mereka ke area lain, seperti manajemen gaji, administrasi sumber daya manusia, atau lainnya, rebranding mungkin diperlukan untuk mencerminkan perubahan ini.
3. Penargetan Pasar yang Lebih Luas: Perusahaan mungkin ingin mengejar pangsa pasar yang lebih luas atau berbeda dengan menawarkan layanan penggajian kepada berbagai jenis bisnis. Dengan nama baru yang lebih inklusif, mereka dapat mencoba menarik perhatian pelanggan dari berbagai industri atau ukuran bisnis.
4. Perbaiki Citra Merek: Rebranding dapat menjadi cara untuk memperbaiki citra merek jika sebelumnya perusahaan tersebut menghadapi tantangan atau masalah tertentu yang mempengaruhi reputasi mereka. Nama baru dapat membantu merek tersebut memulai lembaran baru dengan identitas yang lebih kuat.

Namun, ini adalah spekulasi umum, dan alasan di balik *rebranding* dapat berbeda tergantung pada strategi dan visi bisnis perusahaan tersebut.

Dampak Penerapan *Rebranding* Produk Pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, bahwa dampak yang didapat setelah *rebranding* produk digulirkan oleh Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar yakni terdapat dampak yang sangat positif. Hal ini dapat dilihat dengan adanya peningkatan jumlah nasabah yang bergabung serta meningkatnya dana yang masuk setelah pemasaran produk Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar. Yang mana hal ini memiliki arti bahwa dari penerapan *rebranding* ini mampu membuat nasabah tertarik serta berminat untuk menghimpunkan dananya untuk di tabung di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Hasil dari penelitian mengenai penerapan *rebranding* produk berdampak positif dalam upaya penerapan strategi *rebranding* produk yang dilakukan guna meningkatkan jumlah penggunaan layanan produk *Smart IB Wadiah*, *Smart IB*, *Smart IB Payroll*, *Smart IB Rencana*, *Smart IB Makbul* serta mampu meningkatkan jumlah dana yang berhasil di akuisisi pada Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar. Serta respon positif yang diberikan nasabah terlihat setelah strategi *rebranding* ini dilakukan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan kualitas produk *rebranding* yang dilakukan Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar berdampak positif. Yang mana dapat dilihat dari adanya respon nasabah yang menanggapi strategi rebranding dengan baik dan dinilai bisa mengajak masyarakat khususnya umat muslim untuk berubah dalam mengelola keuangan menjadi lebih baik. Dalam hal ini dampak negatif tidak dirasakan oleh Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Hasil dari penelitian mengenai penerapan *rebranding* produk dampak positif yang didapat dalam melakukan strategi rebranding produk yaitu meningkatnya jumlah nasabah dan bertambahnya jumlah dana yang berhasil di akuisisi pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini Gustia (2019). Strategi Promosi Produk Pembiayaan Mudharabahterhadap Usaha Mikro Pada Bank Syariahmandiri Kantor Cabang Duri. Riau pecanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riaupekanbaru.
- Ismail. (2010). Perbankan Syariah. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

- Khawarizmi, Basha B, M, & AlHafidh G. (2019). UAE Islamic banking promotional strategies: an empirical review Abid Mahmood Muhammad Department of Islamic Banking and Finance. United Arab Emirates.
- Nurazizah. (2010). Strategi promosi dalam menarik minat nasabah koperasi BMT-UGT SIDOGIRI. (skripsi) IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *Equilibrium*, 98.
- Rahmayanti, A. (2018). Relevansi Promosi terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Bank Syariah Mandiri KCKepanjen. (skripsi) Universitas Muhammadiyah Malang.
https://www.banksumut.co.id/jaringan_kantor/kantor-cabang-syariah/
- Sugiyono. (2007). *memahami penelitian kualitatif*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Siregar, B, G. (2016). Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padang sidimpuan. 18. Tazkir.
- Sudarsono, Heri. (2008). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonesia.