

BAB IV

PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

4.1 PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN

4.1.1 Latar Belakang Instansi Perusahaan

Bank Syariah Mandiri berdiri sejak tahun 1999 yang sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga

menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, tanggal 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

A. Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang

Berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri cabang Malang terhitung mulai hari jum'at tanggal 1 Agustus 2002 yang pada saat itu diresmikan oleh salah satu direksi PT. Bank Syariah Mandiri, Bapak Akmal Aziz. Dibukanya PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang yang berlokasi di Jl. Brigjen Slamet Riyadi No. 8 Malang yang merupakan upaya untuk mengembangkan jaringan PT. Bank Syariah Mandiri. Jabatan kepala cabang saat itu diamanahkan dari personel kantor pusat Bapak Lutfianto, manajer marketing bapak Ghazali Hasan (mutasi dari PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surabaya) dan manajer operasi bapak Arie Darma Permana.

Seiring perjalanan waktu pada bulan Juni 2004 terjadi pergantian kepemimpinan dari bapak Lutfianto digantikan oleh bapak Zulfikar dan pada bulan Juli tahun 2005, kantor PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang pindah lokasi di JL. Basuki Rahmat No. 8 Kayutangan Malang. Terjadi pergantian kepala cabang dari bapak Zulfikar digantikan oleh bapak Didi Sunardi dua minggu sebelum ditempatinya kantor cabang baru. Kemudian pada bulan Mei tahun 2006 bapak Didi Sunardi digantikan oleh bapak Ramelan untuk menduduki kepala cabang Malang. Pada tahun 2008 tepatnya bulan Juli Bapak Ramelan digantikan oleh bapak Dwi Pudji Widodo yang menjabat sebagai kepala cabang malang sampai sekarang.

B. Profil PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang

PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memiliki 6 Kantor Cabang Pembantu, 1 Kantor KAS, 1 *Payment Point*, dan 4 Kantor Cabang Pembantu. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang terletak di Jl. Letjen Sutoyo No. 77B, Kel. Lowokwaru, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Ini adalah hasil relokasi dari Jl. Basuki Rahmad No.8 Malang. *Grand Opening* Gedung Bank Syariah Mandiri Cabang Malang tepatnya berada di Blimbing berlangsung pada tanggal 02 Juli 2013.

Kondisi fisik Bank Syariah Mandiri Cabang Malang adalah memiliki gedung berlantai dua yaitu sebagai berikut:

1. Lantai satu terdiri dari tempat *Customer Service* (CS), Gadai, *Teller*, ruang nasabah *priority*, ruang tempat penyimpanan uang, satpam, ruang tunggu, ruang BO, ruang manager operasional, warung mikro, ruang gudang Alat Tulis Kantor (ATK), *pantry* dan toilet.
2. Lantai dua terdiri dari marketing yaitu *landing* dan *fanding* serta ruang *meeting*, ruang *Branch Manager*, Mushollah dan toilet.

C. Visi & Misi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang

1. Visi Bank Syariah Mandiri

Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha.

2. Misi Bank Syariah Mandiri

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan
- b. Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM
- c. Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat

- d. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal
- e. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

3. Makna Logo Bank Syariah Mandiri



Gambar 4.1

Logo Bank Syariah Mandiri

Sumber : PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang 2013

Logo terdiri atas lambang logo dan huruf logo. Pemilihan huruf kecil untuk huruf logo mencerminkan kedekatan kepada nasabah dengan tetap rendah hati. Lambang logo dirancang dalam bentuk ombak emas mengalir, mencerminkan kesejahteraan yang akan dapat dinikmati nasabah. Posisi lambang logo di atas huruf logo dan ombak melambungkan gerak maju kedepan, sekaligus mencapai kemakmuran.

4. *Shared Values*

Setelah melalui proses yang melibatkan seluruh jajaran pegawai sejak pertengahan tahun 2005, lahirlah nilai-nilai perusahaan yang baru yang disepakati bersama untuk di-*shared* oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri yang disebut *Shared Values* Bank Syariah Mandiri. *Shared Values* Bank Syariah Mandiri disingkat “**ETHIC**”.

Excellence: Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan.

Teamwork: Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.

Humanity: Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan religius.

Integrity: Menaati kode etik profesi dan berpikir serta berperilaku terpuji.

Customer Focus: Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan Bank Syariah Mandiri sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan.

D. Lokasi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang

Lokasi perusahaan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang berada di Jalan Letjen Sutoyo No. 77 B Malang.

4.1.2 Strategi Membangun *Brand Equity*

A. Konsep Membangun *Brand Equity*

Strategi membangun *brand equity* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang adalah dengan membangun berbagai kegiatan. Kegiatan strategi dalam hal

ini adalah kegiatan yang berhubungan langsung maupun kegiatan yang tidak berhubungan secara langsung dengan nasabah akan tetapi memiliki dampak yang besar terhadap nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Adapun strategi membangun *brand equity* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang adalah sebagai berikut:

1. Penjualan Perseorangan.

Yaitu kegiatan penjualan yang dilakukan melalui *teller, marketing* dan *customer service* Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

2. Periklanan (*Advertising*).

Yaitu kegiatan periklanan yang dilakukan melalui majalah, surat kabar, *billboard* dan internet.

3. Pemasaran *Sponsorship*.

Yaitu kegiatan sponsor dalam bentuk pasif pada suatu acara seperti acara seminar, jalan santai, hari ulang tahun instansi tertentu, dan lain-lain.

4. Publisitas.

Yaitu kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui internet seperti facebook dan twiter sebagai pelengkap iklan.

5. Komunikasi Di Tempat Pembelian.

Yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang baik komunikasi langsung yang dilakukan oleh *teller* dengan menjelaskan seluruh produk yang ditawarkan maupun komunikasi secara tidak langsung melalui gambar dari penawaran produk Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

6. Menggunakan Simbol Pada Merek.

Yaitu kegiatan penggunaan simbol pada merek berupa ombak warna kuning yang tujuannya untuk memudahkan nasabah dalam mengenal merek.

7. Melakukan *Brand Extention*.

Yaitu kegiatan pengembangan merek yang dilakukan melalui penawaran produk baru selain tabungan dan pembiayaan seperti BSM gadai emas, BSM cicil emas dan lain-lain.

8. Memberikan Kemudahan Penggunaan Produk.

Yaitu berbagai layanan kemudahan penggunaan produk Bank Syariah Mandiri Cabang Malang kepada nasabahnya seperti kemudahan akses, pencairan dana, transaksi dan lain sebagainya.

9. Melakukan Kegiatan Pemasaran Produk Sesuai Dengan Fungsionalitas.

Yaitu kegiatan penawaran produk yang sesuai dengan fungsi dan keinginan yang diharapkan oleh nasabah.

10. Memberikan Pelayanan Prima.

Yaitu kegiatan pelayanan lebih yang diberikan kepada nasabah yang telah memenuhi persyaratan dan kategori tertentu dari Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

11. Menggunakan Performa.

Yaitu kegiatan peningkatan kualitas pada seluruh karyawan yang utamanya *customer service, teller, outlet, dan tangible*.

12. Menggunakan Nilai *Prestise*.

Yaitu penggunaan nilai-nilai islami yang universal untuk seluruh kalangan lapisan masyarakat.

13. Memanfaatkan Nama Perusahaan Pembuat Produk

Yaitu penggunaan merek induk perusahaan dengan nama merek Mandiri.

14. Melakukan Kerja Sama Dengan Perusahaan Lain.

Yaitu kegiatan kerja sama dengan perusahaan lain guna mencapai tujuan bersama dan penawaran produk sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabah.

15. Menggunakan Jaringan Ritel.

Yaitu jaringan ritel berupa outlet-outlet yang tersebar di berbagai wilayah strategis yang tujuannya untuk lebih dekat dengan nasabah dan memudahkan kegiatan pembelian.

16. Menjaga Nama Baik Perusahaan.

Yaitu kegiatan menjaga nama baik perusahaan dengan cara mengedepankan kualitas dan menjaga kepercayaan dari nasabah.

17. Memberikan Penawaran Produk Yang Berkualitas.

Yaitu kegiatan penawaran produk yang berkualitas dengan memberikan penawaran produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabah.

18. Menetapkan Harga Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumennya

Yaitu kegiatan penetapan harga sesuai dengan segmen dan kebutuhan nasabah.

19. Menjaga Standar Kualitas Lingkungan Perusahaan.

Yaitu kegiatan menjaga standar kualitas lingkungan perusahaan dengan menjaga keserasian outlet mulai dari outlet kecil sampai pada outlet besar yang tersebar di seluruh wilayah indonesia. Keserasian ini mulai dari tata

letak toko, ruang rak dan pemajangan, tanda, warna, produk yang ditawarkan, penampilan dan pelayanan karyawan, inventaris, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan untuk menciptakan kesan yang nyaman dan untuk menjaga standar kualitas lingkungan perusahaan.

20. Mengedepankan Standar Kualitas Pelayanan.

Yaitu kegiatan memberikan pelayanan yang maksimal pada setiap nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

21. Menggunakan LAZNAS.

Yaitu Lembaga Zakat Nasional yang bertujuan untuk merealisasikan zakat yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Malang pada masyarakat luas.

22. Menggunakan Teknologi Yang Canggih.

Yaitu kegiatan penggunaan teknologi yang canggih untuk mendukung kemudahan kegiatan operasional dan kemudahan transaksi nasabah.

23. Memberikan hadiah kepada nasabah.

Yaitu kegiatan memberikan hadiah pada nasabah yang melakukan transaksi dengan menggunakan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang pada saat-saat tertentu.

24. Melakukan strategi jemput bola.

Yaitu kegiatan lebih mendekati diri kepada nasabah dengan cara menggunakan fasilitas mobil Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

B. Implementasi Strategi Membangun Brand Equity

Dalam membangun *brand equity* Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan berbagai strategi. Strategi-strategi ini yaitu sebagai berikut :

1. Penjualan Perseorangan.

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan strategi penjualan perseorangan melalui *teller*, *customer service* dan pihak *marketing* Bank Syariah Mandiri Cabang Malang Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ *Iya mbak, kita ada teller, customer service sama marketing di luar, otomatis kita menggunakan penjualan perseorangan.*” (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013)

Dari hasil observasi yang dilakukan pada *customer service* ditemukan bahwa *customer service* Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memberikan penawaran produk ataupun fasilitas layanan guna memudahkan transaksi nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Selain itu Bank Syariah Mandiri Cabang Malang juga melakukan strategi penjualan perseorangan melalui *teller* dimana setiap *teller* akan menjelaskan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Malang secara detail dan terperinci.

Strategi penjualan perseorangan ini sangat efektif dilakukan dimana pada saat observasi ditemukan bahwa setiap nasabah yang telah mendapatkan penjelasan terperinci mengenai produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan pembelian dengan membuka rekening tabungan atau produk penawaran lain sesuai dengan keinginan nasabah.

2. Iklan (*Advertising*).

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan berbagai iklan melalui surat kabar, majalah, *billboards* dan internet. Sebagaimana wawancara berikut:

“ Kalau untuk iklan kita biasanya di radio, surat kabar atau majalah mbak, iya.” (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013)

Hal ini juga dikatakan oleh seorang nasabah sebagaimana kutipan wawancara berikut :

“ Kayaknya jarang ya mbak kalo di tv, tapi pernah saya liat di tv swasta, tv lokal maksudnya. “ (wawancara dengan Rizki, Sabtu, 21-12-2013)

Dari hasil observasi yang dilakukan ditemukan bahwa Bank Syariah mandiri melakukan Iklan di majalah InfoBank berupa iklan penawaran produk baru tabungan investasi emas yaitu BSM cicil emas. Selain itu Bank Syariah mandiri Cabang Malang melakukan kegiatan periklanan melalui *billboards* yang di pajang pada tempat-tempat strategis dan pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sehingga dengan hal ini Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dapat memperkenalkan produk BSM cicil emas dan BSM gadai emas kepada nasabahnya.

Strategi iklan melalui *billboards* yang terletak di kawasan umum strategis ini efektif dilakukan dimana pada saat observasi ditemukan nasabah yang dilayani pada ruang BSM gadai emas pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

3. Pemasaran *Sponsorship*

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan kegiatan *sponsorship* pada berbagai acara dalam skala lokal, seperti jalan santai, seminar, HUT

instansi-instansi pemerintah, dan lain-lain. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kalau untuk sponsorship iya, kita sering menjadi sponsor pada acara seminar, jalan sehat, ulang tahun instansi tertentu, kalau sponsorship atau acara-acara televisi dalam skala nasional kita langsung terpusat dari Bank Syariah Mandiri Pusat Di Jakarta” (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013)

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh seseorang yang pernah melaksanakan kegiatan PKL selama satu bulan di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

” Iya mbak, yang pas HUT UIN, yang dies natalies itu, BSM kan ngasi hadiah-hadiah yang dibagi-bagikan itu kan, salah satunya dari BSM. “ (wawancara dengan Aini, Jum’at 20-12-2013)

Dari hasil observasi ditemukan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan kegiatan *sponsorship* yaitu pada saat HUT Dies Natalies UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Kegiatan *sponsorship* ini sekaligus dengan kegiatan membagikan brosur Bank Syariah Mandiri Cabang Malang pada masyarakat yang mengikuti Dies Natalies UIN MALIKI Malang.

Kegiatan *sponsorship* ini efektif dilakukan dimana Bank Syariah Mandiri Cabang Malang mulai dikenal di kalangan mahasiswa UIN MALIKI MALANG yang terbukti dengan adanya mahasiswa yang membayar registrasi melalui Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

4. Publisitas (*Publicity*)

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan publisitas melalui internet yaitu melalui facebook dan twitter. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kita sudah mulai sebenarnya sejak tahun 2011 Cuma lebih fokus pada tahun 2012, ada twiternya mbak, nanti follow ya? @BSM_Malang, emang

belum banyak si baru 1000an, 1000an pun kita mulai sejak tahun 2013 ini, yang kedua untuk facebook iya cuman kita gak segenar di twiter”. (wawancara dengan bapak Riyan, Rabu 11-12-2013)

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh seorang konsumen dimana ia mengatakan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan twiter. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Setau saya BSM itu sering update di twiter mbak. “ (wawancara dengan Aini, Jum’at 20-12-2013).

Dari hasil observasi ditemukan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan publisitas melalui facebook dan twiter dimana Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sering melakukan *update* di twiter baik hanya sekedar menyapa nasabah ataupun memberikan informasi seputar produk Bank Syariah mandiri Cabang Malang. Selain menggunakan facebook dan twiter Bank Syariah Mandiri Cabang Malang juga menggunakan papan nama dan poster sebagai bentuk informasi dari produk yang ditawarkan di setiap outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ataupun pada tempat-tempat strategis di daerah malang yang banyak dikunjungi oleh masyarakat.

5. Komunikasi Di Tempat Pembelian.

Yaitu kemunikasi secara langsung yang dilakukan oleh *teller* dan komunikais secara tidak langsung melalui gambar atau poster pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Iya mbak, bisa diliat sendiri di bawah ada beberapa gambar produk BSM,dan kalau mbak zahrah dengan mbak ajik mau buka tabungan di BSM otomatis teller kita akan menjelaskan produk-produk BSM secara rinci

sama mbak Ajik sama mbak Zahrah.” (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013).

Dari hasil observasi yang dilakukan, Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan *teller* yang melakukan komunikasi untuk menginformasikan seputar produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah mandiri Cabang Malang. Selain itu Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan komunikasi secara tidak langsung yaitu dengan menggunakan gambar yang menjelaskan suatu produk yang ditawarkan pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Strategi komunikasi di tempat pembelian ini efektif dilakukan terbukti dengan nasabah yang melakukan keputusan pembelian dengan membuka rekening sesuai dengan yang nasabah inginkan setelah mendapatkan informasi dari *teller* ataupun dari gambar penawaran produk pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Kelima strategi di atas merupakan strategi komunikasi pemasaran. Dalam pandangan Islam, komunikasi pemasaran ini sangat diperbolehkan dan dianjurkan dimana komunikasi pemasaran ini merupakan kegiatan memberi tahu akan adanya suatu produk yang baik untuk kemaslahatan masyarakat. Dengan adanya komunikasi pemasaran maka konsumen akan mengetahui dengan jelas segala sesuatu mengenai produk Hal ini terdapat dalam al-Qur'an yaitu:

وَجَعَلْنَا مِنْهُمْ أُمَّةً يَهْتَدُونَ بِأَمْرِنَا لَمَّا صَبَرُوا وَكَانُوا بِآيَاتِنَا

يُوقِنُونَ ﴿٢٤﴾

“ Allah berfirman, : dan kami jadikan di antara mereka pemimpin-pemimpin yang memberi petunjuk dengan perintah Kami ketika mereka sabar. Dan adalah mereka meyakini perintah kami.” (QS. As-Sajdah;24).

Hal ini juga dijelaskan dalam hadist sebagai berikut:

“ Rasulullah bersabda : “ tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualannya yang mempunyai aib sebelum ia menjelaskan aibnya. “ (HR. Al-Quzuwaini). Gunara dan Sudiby, (2002:111).

Dengan adanya komunikasi pemasaran, maka pihak Bank Syariah Mandiri Cabang Malang akan mengetahui dan mengenal konsumennya sehingga tercipta hubungan silaturrahi dengan konsumennya. Sebagaimana dalam al-Qur'an:

يَتَأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ
لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

“ Allah berfirman: Hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan serta menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal.” (QS. Al-Hujurat:13). Gunara dan Sudiby, (2002:136).

6. Menggunakan simbol yang memiliki keterkaitan erat dengan merek.

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan simbol merek berupa ombak warna kuning keemasan melambangkan gerak maju kedepan, sekaligus mencapai kemakmuran. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Apa ya, paling Cuma tulisan syariah mandiri, warnanya ijo, terus ada lekuk-lekuk kuning keemasan gitu kan, iya gitu aja si. (wawancara dengan Rika, Kamis,19-12-2013)

“ Sebentar sebentar, kalo logonya yang aku tau warnanya ijo, tulisannya mandiri gitu, terus bendera warna kuning gitu kan, iya gitu.(wawancara dengan Aini, Jum'at,20-12-2013)

“ Logonya ? kalo logonya warna ijo ya, tulisan syariah mandiri, diatasnya bendera kuning, sama dengan mandiri, cuman bedanya ijo, kalo mandiri yang konven kan biru, kalo BSM pokoknya gitu deh.” (wawancara dengan Rizki, Sabtu,21-12-2013)

“ Logonya mbak ? ya tulisan mandiri warna ijo sama bendera kuning, apalgi ? iya kan. (wawancara dengan Ibu H.selasa, 24-12-2013)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dapat mengingat simbol dari merek Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Dari hasil observasi ditemukan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan simbol dalam penggunaan merek berupa ombak warna kuning keemasan yang tujuannya agar lebih mudah untuk dikenal oleh nasabahnya.

Penggunaan simbol ini terbukti sangat efektif dengan adanya nasabah yang mengetahui bahwa simbol dari merek Bank Syariah Mandiri Cabang Malang adalah bendera warna kuning sehingga dengan hal ini dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa nasabah telah mengenal dengan baik Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

7. Brand Extention.

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan pengembangan merek pada produk lain dimana tidak hanya produk tabungan dan pembiayaan akan tetapi juga menawarkan produk penawaran baru seperti BSM cicil emas, BSM gadai emas, dan lain-lain.

Dari hasil observasi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan pengembangan produk baru yaitu produk BSM cicil emas dan BSM gadai emas. Hal ini terbukti pada saat observasi peneliti menemukan

adanya iklan dan *billboard* BSM cicil emas dan BSM gadai emas yang dipajang, adanya produk BSM cicil emas dan BSM gadai emas pada brosur Bank Syariah Mandiri Cabang Malang serta terdapat ruangan khusus untuk melayani nasabah BSM cicil emas dan BSM gadai emas pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Strategi *brand extention* ini sangat efektif dilakukan dimana pada saat observasi dilakukan peneliti menemukan nasabah yang datang pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang tidak hanya untuk melakukan setoran namun juga terdapat nasabah yang ingin melakukan pembiayaan dengan gadai emas di ruang BSM gadai emas.

8. Menyediakan berbagai kemudahan penggunaan suatu produk.

Yaitu layanan kemudahan penggunaan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dengan menggunakan layanan seperti E-banking yang terdiri dari

- a. ATM, yaitu pelayanan fitur BSM Card dan perluasan jaringan ATM dan EDC yang menerima BSM Card sebagai alat transaksi. BSM card dapat digunakan untuk tarik tunai, cek saldo, transfer antar bank atau bank lain, dan lain lain.
- b. BSM *Mobile Banking* yaitu fasilitas layanan yang diberikan kepada konsumen untuk mengakses rekening yang dimilikinya dan melakukan transaksi melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler.
- c. BSM net banking yaitu layanan bank yang dimanfaatkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan yang ditentukan oleh bank

melalui jaringan internet dengan sarana komputer yang dimiliki nasabah.

BSM net banking dapat digunakan untuk transaksi pembelian tiket secara online dan lain-lain. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kalau untuk layanan kemudahan kami disini menggunakan E-banking mbak, layanan E-banking ini terdiri dari ATM yang didalamnya tersedia fitur BSM Card Card dan perluasan jaringan ATM dan EDC yang menerima BSM Card sebagai alat transaksi, kemudian ada BSM Mobile Banking, dengan BSM Mobile Banking ini nasabah bisa mengakses rekening yang dimilikinya juga bisa melakukan transaksi melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler, kemudian BSM net Banking, BSM net Banking ini nasabah bisa melakukan transaksi melalui online, misalnya mau beli tiket pesawat online”. (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013).

Hal ini sesuai dengan wawancara seorang konsumen Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dimana ia mengatakan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan E-Banking. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Iya, kalo BSM emang pakek E-Banking, waktu pertama kali saya daftar pembukaan rekening saya langsung dapat verifikasi debit sama kredit itu langsung melalui email saya, biasanya kan Cuma pakai kertas biasa tuh dari Banknya, waktu di BSM saya dapat konfirmasi juga lewat email. Saya juga pakai layanan sms banking sama internet banking, Cuma lebih ke SMS Bankingnya, lebih mudah soalnya, paling buat beli pulsa, kalo males keluar malem-malem, hehehe. Kalo internet banking pernah sekali kebetulan pada saat mau ke surabaya pesen tiketnya lewat internet tinggal transfer dapat ID number, uda “(wawancara dengan Rizki, Sabtu 21-12-2013)

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh seorang konsumen sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“Pasti ya mbak, namanya juga bank, mereka memberikan layanan kemudahan kepada kita dengan internet, sms banking, iya itu pasti, saya kira semua bank juga seperti itu “ (wawancara dengan ibu H. Selasa, 24-12-2013).

Dari hasil observasi yang dilakukan ditemukan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan fasilitas layanan E-Banking yang dapat memudahkan transaksi setiap nasabahnya. layanan ini berupa ATM

card yang didalamnya terdapat berbagai menu transaksi pembayaran, BSM mobile banking yang memudahkan transaksi dengan menggunakan SMS banking seperti untuk pembayaran tagihan listrik atau membeli pulsa, dan layanan BSM net banking yaitu layanan untuk melakukan berbagai transaksi melalui internet.

Strategi penggunaan ATM, SMS Banking dan internet Banking ini efektif dilakukan dimana terdapat banyaknya nasabah yang menggunakan layanan ATM. Selain itu terdapat nasabah yang menggunakan SMS banking untuk sekedar membeli pulsa atau cek saldo rekening tabungan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Dalam ajaran Islam, menyediakan berbagai kemudahan penggunaan produk hal ini sesuai dengan anjuran di dalam Islam dimana islam menganjurkan akan adanya kemudahan terhadap kegiatan muamalah. Sebagaimana dalam al-Qur'an :

وَجَعَلْنَاهُمْ أَيْمَةً يَهْتَدُونَ بِأَمْرِنَا وَأَوْحَيْنَا إِلَيْهِمْ فِعْلَ الْخَيْرَاتِ وَإِقَامَ
الصَّلَاةِ وَإِيتَاءَ الزَّكَاةِ وَكَانُوا لَنَا عَابِدِينَ ﴿٧٣﴾

Allah berfirman : “ Dan kami telah menjadikan mereka sebagai teladan-teladan yang memberi petunjuk berdasarkan perintah Kami dan Kami telah wahyukan kepada mereka pekerjaan kebajikan, pelaksanaan shalat, penunaian zakat dan hanya kepada Kamilah mereka selalu menyembah.” (QS. Al-Anbiya’ :73) Gunara dan Sudibyo, (2002:86).

9. Melakukan kegiatan pemasaran produk sesuai dengan fungsionalitas.

Yaitu kegiatan penawaran produk yang sesuai dengan fungsi dan keinginan yang diharapkan oleh konsumennya. Dimana Bank Syariah mandiri melakukan kegiatan operasional perusahaan sesuai dengan visi dan misi

dengan melakukan kegiatan *fanding* dan *lending* berdasarkan prinsip Syariah. Seperti kutipan wawancara berikut:

“ *Iya mbak, pastinya, ada fanding, ada lending, dan berdasarkan prinsip syariah ya.*” (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013).

Dari observasi yang dilakukan, Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan kegiatan pemasaran sesuai dengan fungsionalitasnya dimana memberikan kemudahan layanan transaksi keuangan berdasarkan syariah Islam yang dalam hal ini adalah berdasarkan bagi hasil. Selain itu Bank Syariah Mandiri Cabang Malang tidak mencairkan pembiayaan untuk usaha yang dilarang di dalam Islam atau sifatnya yang belum jelas atau gharar. Strategi ini efektif dilakukan dimana pada saat observasi di lapangan ditemukan nasabah yang menggunakan produk Bank Syariah Mandiri Cabang Malang cukup beragam sesuai dengan kebutuhan mereka.

10. Memberikan pelayanan prima.

Yaitu kegiatan pelayanan lebih yang diberikan kepada nasabah yang telah memenuhi persyaratan dan kategori tertentu dari Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Menyediakan pelayanan yang prima yaitu layanan *priority* dimana untuk konsumen di atas saldo nilai Rp. 250.000.000 mendapatkan prioritas pelayanan dimana konsumen mendapatkan pelayanan *room prioity* pada saat mengunjungi outlet BSM, konsumen mendapatkan kunjungan secara personal di rumah dan dapat melakukan pencairan dana lebih cepat melalui call melalui telepon. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ *Nah identitas ini termasuk standart tangible ini, itu yang pojok disitu itu bukan ruang biasa itu ruang priority mbak, jadi mbaknya kalau punya uang Rp.250.000.000 ke atas itu fasilitasnya kita bedain, gitu. Gak cuman disini*”

mbak ajik jadi nasabah kita gak dilayani disini mungkin di rumah mbak Zahrah, mbak Ajik, gitu. Mas Riyan saya butuh dana sekian tolong cairkan deposito saya sekian, misalnya, bisa via call. Dia lagi terbang nih turunya Juanda gitu kan, nunggunya gak ditempat biasa, executive.”(wawancara dengan bapak Riyan, Rabu 11-12-2013).

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh seseorang yang mana ia pernah melaksanakan kegiatan PKL selama satu bulan di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“Oya mbak, kalau yang aku tau pas PKL disana emang ada nasabah yang dilayani secara lebih dengan BSM, biasanya yang gitu nasabah yang tabungannya mencapai berapa ya ? berapa gitu mbak aku lupa, layanan priority, jadi di ruangan khusus gitu mbak, terus kan emang banyak, apa, kelompok-kelompok gitu, jadi ada yang bagian ini, bagian itu, ada yang bagian ngurusin pembayaran spp, dana haji, ada yang keluar, ada yang keluar temu janji dengan nasabah, janjian gitu mbak dengan nasabah, ya mungkin mereka yang uda high class”. (wawancara dengan Aini, Jum’at 20-12-2013).

Hal ini juga dikatakan oleh konsumen Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kalau yang pelayanan yang lebih itu, yang saya liat ya, tapi bukan saya, hehe. Emang ada nasabah yang sewaktu kesana dia dapat pelayanan yang lebih dari yang lain, maksudnya dari yang nanganin beda, terus emang mereka di ruang yang beda dari kita, gak pakai no antrean gitu, jadi lebih pribadi ya, lebih di utamakan lah istilahnya, ya mungkin mereka yang uda kenal, uda punya banyak deposito disana. Emang beda-beda si, mana ruangan buat kredit, buat ngurusin haji, ruang priority gitu, emang ada masing-masing.”(wawancara dengan Rizki, Sabtu, 21-12-2013)

Hal ini juga sesuai dengan yang dikatakan nasabah sebagaimana wawancara berikut:

“Nasabah prioritas emang ada, tapi kalau minimal tabungannya berapa saya kurang tau ya, tapi kalau saya begitu deposit di BSM, saya langsung jadi nasabah prioritas, tapi daftar dulu ya mbak buat jadi nasabah prioritas. Pelayanannya banyak, mau pick up service juga bisa, mau ngopi di banknya juga bisa, ya kayak rumah sendiri mbak. Pick up service mau ketemu dimana aja boleh, mau ditemeni ngopi, shopping, bisa. Tapi

waktunya dibatasi ya mbak, jam berapa pulang kantor, kalau ke kantornya dijamu, disediakan kopi, kue. ya gitulah mbak. Misalnya saya ke BSM, saya akan dilayani lebih dulu meskipun antrean panjang, namanya aja priority, ya kan ? “. (wawancara dengan ibu H. Selasa,24-12-2013)

Dari hasil observasi ditemukan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan pelayanan prima terbukti dengan adanya ruang priority khusus untuk nasabah yang mendapatkan pelayanan prima pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Selain itu juga terdapat karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang yang khusus melayani nasabah *priority* baik pelayanan pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang maupun pelayanan temu janji dengan nasabah di luar outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Strategi pelayanan prima ini efektif dilakukan dimana pada saat observasi ditemukan nasabah yang ditemui oleh karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang di ruangan prioritas (*room priority*). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat nasabah yang menggunakan layanan prioritas tersebut.

Dalam pandangan islam pelayanan prima merupakan hal yang sangat dianjurkan dalam Islam dimana Islam menganjurkan kepada ummatnya untuk memudahkan kegiatan muamalah, sebagaimana hadist:

“Rasulullah bersabda: “ Allah mengasihi orang-orang bermurah hati ketika menjual, ketika membeli dan ketika menagih.” (HR. Bukhari dari Jabir bin Abdullah ra). Gunara dan Sudibyo, (2002:125)

11. Menggunakan performa.

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan performa dimana Bank Syariah Mandiri Cabang Malang mengedepankan standar kualitas

pelayanan terhadap seluruh karyawan terutama pada *customer service*, *teller*, *outlet* dan *tangible*. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kalau untuk performa, iya mbak, bisa mbak liat sendiri ya mbak disini, performance kami kayak gimana, itu yang jalan bagian marketing semua”. (wawancara dengan bapak Syakur, Selasa 10-12-2013).

Hal ini juga dikatakan oleh bapak Riyan pada saat wawancara, sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Ok, begini mbak, ini berkaitan dengan pertanyaan no.3 ya mbak ya, untuk standar kualitas pelayanan, membangun performa iya ya mbak, pastinya ya, untuk hal ini kami memiliki MRI dimana dalam penilaiannya disini pada seluruh karyawan yang utamanya customer service, teller, outlet, dan tangible. Kalau untuk customer service disini kita mengutamakan seperti jalannya harus seperti apa, senyumnya gimana, itu body language ya mbak, coba kita liat satpamnya di depan bagaimana menyapa nasabah, salam, senyum, menanyakan keperluan, baju harus rapi disetrika, rambut gak boleh panjang, jenggot harus rapi, ya gitu mbak. Kalau teller sama juga ya mbak mereka juga gak boleh memakai perhiasan berlebihan, kalau untuk cincin hanya boleh untuk satu atau dua titik. Kalau outlet mbak tau kan semua outlet BSM di setiap tempat pasti sama, mulai dari tata letak, warna, suhu, dari Sabang, eh maaf dari Aceh sampai Papua sana semuanya sama. Kalau tangible seperti pintu masuknya harus menggunakan kaca transparan, mejanya untuk standarnya harus bulat, kamar mandi kalau chlousednya kering gak boleh ada ember air atau gayung, terus untuk sabun buat cuci tangan itu mbak, iya, itu juga harus memakai yang ditempel di dinding, gak boleh pakai yang botol, ya gitu, banyak si mbak, ada ilmunya sendiri itu mbak, namanya banker apparance”. (wawancara dengan bapak Riyan, Rabu 11-12-2013).

Hal ini juga dikatakan oleh seorang nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kalo performa pasti ya, namanya juga di bank, tapi kalo performanya BSM emang bagus si, saya akui, ya saya senang aja gitu, lebih nyaman, terus yang saya liat keserasiannya ya, serasi gitu, orangnya, terus apanya ee suasana layoutnya, serasi, jadinya nyaman buat diliat. mungkin karena warnanya juga kali ya, warnanya kan ijo, jadinya kalo diliat tenang, nyaman gitu.hehe.” (wawancara dengan Rizki: 21-12-2013)

Hal ini juga dikatakan oleh seorang konsumen Bank Syariah mandiri Cabang Malang sebagai mana kutipan wawancara berikut:

“ *oh itu pasti ya mbak, apalagi bank, gak mungkin jadi no. 1 kalo performanya jelek, ya kan ?.*” (wawancara dengan ibu H. Selasa 24-12-2013)

Dari hasil observasi yang dilakukan ditemukan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan performa yang baik dalam operasionalnya. Dimana terbukti dengan adanya keserasian layout di dalam outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang, penampilan yang rapi dan berseragam pada karyawan, rata-rata tinggi badan yang hampir sepadan dengan penampilan yang semuanya sama, ruangan yang bersih ber AC, satpam yang selalu siaga menyapa dan memiliki tanggapan yang tinggi terhadap kehadiran nasabah, senyum yang ramah dari seluruh karyawan, ucapan salam dan tegur sapa dan lain sebagainya.

Strategi ini sangat efektif dilakukan dimana pada saat observasi dilapangan ditemukan bahwa setiap nasabah yang datang mengunjungi outlet Bank Syariah mandiri Cabang Malang mempunyai kesan yang baik terhadap Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

12. Menggunakan nilai *prestise*.

Bank syariah Mandiri Cabang Malang adalah bank yang menggunakan nilai-nilai syariah Islam universal yang memberikan pelayanan untuk setiap masyarakat dari setiap lapisan, mulai dari lapisan bawah sampai pada lapisan menengah ke atas. Hal ini sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ *Di bank lain ya mbak ya, kebetulan saya juga pernah menangani haji di BSM, saya baru sadar kenapa BSM dinamakan Bank Haji karena dari*

tahun 2008,2009,2010, 90% keberangkatan haji untuk kota Malang dan kota Batu itu ada di BSM, ya, ada di BSM, bahkan 2010 saya nanganin haji di BSM itu sampai tahun yang terakhir ini kalau saya tanya ke bank syariah lain ini mungkin setiap tahun dana talangan yang jatuh tempo itu 10, 16 gitu kan nanti yang berangkat di salah satu bank syariah saya coba tanya itu yang saya tanyakan itu Cuma 25, itu yang berangkat, 25 orang gitu kan, 100 orang, sementara pada tahun 2010 di BSM itu totalnya ada 2.100, satu kali keberangkatan, kmaren tahun 2012 2.000 sekian, sebelumnya tahun 2011 1.600 jadi mbak bayangin 1.600 orang itu ngantri disini untuk melakukan pelunasan disini, coba bayangkan, itu perlu satu apa namanya Gor kali ya, mungkin Gornya UIN sekali wisuda gitu kan. Nah jadi kita disini gak hanya sekedar tabungan untuk haji, tapi banyak. Kita juga membiayai dari 2.000.000 sampai 100.000.000. dari dana yang terkecil sampai yang paling besar, gitu mbak. “ (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013).

Hal ini juga dikatakan oleh seorang konsumen Bank Syariah mandiri, sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kalo universal atau gak nya, saya kira gak mungkin ya kalo nasabahnya cuma orang islam doang, ya meskipun bank nya bank syariah, kan orang ke bank gak cuman untuk nabung aja,ada yang mau minta kredit, nah kalo yang kredit ini pastinya mereka kan mencari bank yang lebih aman lebih ringan yang gak memberatkan buat mereka, apalagi kalo minjamnya banyak, iya kan, pastinya mereka bakalan mencari bank kira-kira bank mana yang lebih nyaman nih buat minjam,gitu kan, apalagi BSM bank syariah yang gak pakai bunga, jadi lebih enak buat mereka. saya rasa gitu si, kan gak mungkin kalo orang mau buka usaha oh ini orang islam jangan deh cari yang lain aja, kan gak mungkin mereka membatasi. Ya mungkin kalau dalam ajaran islam sendiri gak dibolehkan. apalagi di indonesia yang masyarakatnya multi untuk penganut agama.” (wawancara dengan Rizki, sabtu,21-12-2013)

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang secara operasional berdasarkan hukum syariah Islam akan tetapi tidak hanya sebatas untuk masyarakat muslim namun untuk seluruh masyarakat baik untuk muslim maupun non muslim dimana tujuannya mensyariahkan transaksi konsumennya. Jadi selain nilai materiil Bank Syariah mandiri mengedapankan nilai-nilai Islam yaitu nilai jihad untuk *Rahmatan li-Alamin*. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kita mencoba untuk me universalkan karena visi BSM nomer 5 itu kan fokus kita juga pingin nyampein ke masyarakat bahwa kita itu universal. Banyak nasabah kita yang agamanya Tionghoa, protestan, iya, budha, nah sekarang mbak bayangin BSM yang di Denpasar berapa orang yang hanya

beragama Islam kan gak banyak, kebanyakan Hindu. Di NTT, di Kupang banyak nasabah kita yang protestan, Manado, banyak kristen katolik disana, jadi saat ini kita kerja samanya bukan sama UIN lho, bukan Cuma Unisma, bukan sama UB, tapi juga sama Machung, persepsi mbak tentang Machung gimana, chinise, non muslim, gitu kan, tapi mereka mau bekerja sama dengan kita, artinya BSM ini mulai diterima oleh semua lapisan. jadi persepsi yang kita miliki disini adalah universalitas. Kita juga melayani nasabah gak pakai kopyah, baju koko, kalau jilbab itu perintah ya mbak ya. Kenapa kita gak pakai baju koko karena kita menunjukkan bahwa bank syariah itu bukan dikhususkan untuk masyarakat muslim, bukan, tapi untuk semua, kalau kita bisa mensyariahkan orang non muslim, kenapa g, gitu kan ? jihad kita ada disini mbak, jadi gak Cuma sisi gengsi tapi juga ada sisi jihad, nilai-nilai diluar materil, jadi BSM itu untuk semua orang, semua lapisan, dan memang ada untuk semua lapisan, rahmatan lil-alamain. (wawancara dengan Bapak Riyan, rabu 11-12-2013).

Hal ini juga dikemukakan oleh seorang konsumen yang mengatakan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan nilai-nilai dalam penawarannya. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“Bank Syariah Mandiri itu islami banget pokoknya, hehehe.” (wawancara dengan Rika, Kamis 19-12-2013).

Hal yang sama juga dikemukakan oleh seseorang yang mana ia pernah melaksanakan kegiatan PKL di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kalau dari segi pelayanannya, menurut aku ya bagus si, karena ya begitu, ya mereka kan jualan, biasanya mereka itu pimpinan sama bawahan, sopir, pegawai ngucapin salam tiap ketemu, bahkan kami yang PKL disitu aja pas datang itu, tadinya kami ragu-ragu, masih malu maksudnya sungkan sama mas ini, bapak itu, nah mereka yang mulai, assalamu alaikum gitu, jadi tiap kami datang itu secara gak langsung, ohiya, berarti harus kayak gitu, gitu kan, jadi kalo dari pelayanannya si bagus, Islami banget, tapi mereka gak yang ee islam yang tertutup banget tapi tetap terbuka sama dunia luar. Terus tiap pagi kan ada brieveeng jadi , apa namanya, kayak hubungan ada emosional sesama karyawan itu kuat, kalo menurut aku, misalnya masuknya jam 8, tapi jam setengah 8 itu brieveeng dulu setengah jam, itu mau ada masalah kek, gak ada masalah kalau misalnya hanya sekedar ngasi semangat, terus yang, karena kita baru ya, baru tau dunia kerja kayak gitu merek juga tiap pagi tu ada kayak, apa si, ngucapin motto mereka, tiap pagi, motto terus ada ini juga kayak istilahnya kalau kita upacara itu baca pancasila tiap hari gitu, jadi kan secara tidak langsung mereka udah

tertanamkan oh tujuan perusahaan kayak gini, gitu. “ (wawancara dengan Aini, Jum’at 20-12-2013)

Hal yang sama juga dikatakan oleh seorang nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang, sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kalo nilai-nilai Islam pasti mbak, kan namanya aja BSM, Bank Syariah Mandiri, pastinya pakai nilai-nilai Islam kan, maksudnya disini sesuai akad, gitu, terus nyambutnya pakai salam gitu kan, perempuannya pakai jilbab, pakai baju yang tertutup, ya gitu aja si.” (wawancara dengan Rizki, Sabtu 21-12-2013)

Hal ini juga dikatakan oleh seorang konsumen Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Iya ya, pasti ya mbak ya, mereka berdasarkan akad secara islam.” (wawancara dengan ibu H. Selasa, 24-12-2013)

Dari hasil observasi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan nilai-nilai islami yaitu berdasarkan prinsip syariah, dimana dengan pelayanan yang menggunakan pakaian tertutup, sopan, dan rapi serta menggunakan hijab bagi karyawan perempuan, menggunakan sistem bagi hasil dengan menyesuaikan akad pada setiap transaksi di awal, menggunakan ucapan salam sesuai dengan ajaran Islam, senyum yang ramah dan lain sebagainya.

Hal ini sangat efektif dilakukan dimana Bank Syariah Mandiri Cabang Malang banyak diminati oleh nasabah terbukti Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memiliki nasabah yang luas dari berbagai kalangan bahkan dari berbagai lapisan umat beragama. Dengan adanya nasabah dari berbagai

kalangan dan lapisan umat beragama menunjukkan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang banyak diminati oleh nasabah.

13. Memanfaatkan nama perusahaan pembuat produk.

Bank Syariah Mandiri merupakan anak cabang perusahaan yang mereknya di ambil dari nama induk perusahaan yaitu Bank Mandiri. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan nama perusahaan pembuat produk atau perusahaan induk dimana dalam hal ini adalah dari Bank Mandiri. Bank Syariah Mandiri lahir dari Bank Mandiri dimana Bank Syariah Mandiri ini merupakan anak perusahaan dari Bank Mandiri yang pendanaannya 99% berasal Bank Mandiri, pendanaan ini berasal dari *fee base* yaitu dari hasil biaya transaksi, administrasi, dan lain-lain.

Bank Syariah Mandiri merupakan kombinasi dari merek Mandiri. Kombinasi dari merek Mandiri ini yaitu Bank Mandiri, Bank Syariah Mandiri, AXA Mandiri, dan Mandiri Sekuritas yang seluruhnya berasal dari Bank Mandiri dimana Bank Mandiri merupakan perusahaan induk dari perusahaan-perusahaan tersebut. Sebagaimana kutipan wawancara berikut ini:

“ Iya, Bank Syariah mandiri ini dari perusahaan induk Bank Mandiri, 99% kita permodalannya dari Bank Mandiri, Bank Mandiri konven ya mbak ya, terus letak syariahnya dimana, kenapa boleh, kenapa bank konven bisa memodali bank syariah padahal, bank konven hasilnya dari bunga, kira-kira gimana? Apa yang menyebabkan itu bisa menyebabkan bisa syariah, kira-kira. Kalau bisa jawab ntar tak kasi hadiah, deal ya gak bisa, gak mau dikasi hadiah ? begini mbak, karena modal yang dipakai dari bank mandiri itu untuk modal bank Syariah Mandiri bukan berasal dari bunga, tapi dari fee base, dari keuntungan-keuntungan mereka, biaya-biaya transaksi, biaya administrasi segala macam itu boleh dipakai untuk memodali bank syariah tapi kalau hasil bunganya, kredit segala macam, denda gak boleh. Jadi apakah ada keterkaitan antara Bank mandiri konvensional dengan Bank

Syariah Mandiri, iya, mereka adalah owner kita, tapi secara sistem gak, secara kebijakan kurang lebh ada karena mereka owner, tapi secara sistem dan manajemen beda. Bank Mandiri ini induk perusahaan yang memiliki perusahaan banyak, ada Bank Syariah Mandiri, ada AXA Mandiri, ada Mandiri Sekuritas, mereka semua ada di bawah Bank Mandiri “ (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013).

Dari hasil studi dokumentasi yang dilakukan Bank Syariah mandiri Cabang Malang merupakan anak cabang dari Induk perusahaan Bank Mandiri konvensional hal ini terbukti dengan adanya kesamaan merek yaitu mandiri serta kesamaan simbol yaitu ombak berwarna kuning pada saat peneliti ada di lapangan.

Hal ini efektif dilakukan dimana dengan adanya Bank Syariah Mandiri Bank Mandiri dapat lebih memperluas pangsa pasar dan segmen nasabahnya, hal ini terbukti dengan banyaknya nasabah yang memilih menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Mereka memilih Bank Mandiri yang operasionalnya berdasarkan syariah yaitu Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Dari hal ini menunjukkan bahwa nasabah menyukai dan memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

14. Melakukan kerja sama dengan perusahaan lain.

Bank Syariah Mandiri melakukan kerja sama dengan perusahaan lain seperti kerja sama dengan AXA Mandiri, Panin Live, dan BNI Live yaitu:

- a. Kerja sama dengan AXA Mandiri yaitu produk *bank insurance*,
- b. Kerja sama produk Panin Live berupa produk Tabungan Berencana,
- c. Kerja sama dengan BNI Live berupa produk Tabungan Investa Cendekia.

Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Iya, kalau dengan AXA Mandiri kita punya produk Bank Insurance bersama-sama, sebenarnya produk bank insurance mereka Cuma mereka joint dengan kita, gitu. Kalau sama yang lain ada BNI live dan Takaful, jadi kita punya tabungan namanya Tabungan Investa cendekia, kalau untuk tabungan Berencana dengan Panin Live, untuk Bank Insurance. Jadi itu dengan jangka waktu tertentu dengan setoran rutin tiap bulan, iya kan, tapi ada cover transaksi asuransi, asuransi jiwa ya mbak ya. Keuntungannya yang diperoleh bagi hasilnya lebih besar dari pada tabungan biasa.” (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013)

Kerja sama antar perusahaan ini diperbolehkan dalam Islam dimana kerja sama ini dilakukan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen. Kerja sama antar perusahaan ini juga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan. Hal ini sesuai dengan Syariah Islam dimana dijelaskan dalam al-Qur'an yang artinya :

“ Dan tolong-menolonglah dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa dan janganlah tolong-menolong dalam (mengerjakan) dosa dan pelanggaran”. (QS. Al-maidah:5:2) (Kamil dan Fauzan, 2007:382).

Dari hasil observasi yang dilakukan ditemukan Bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan lain yang salah satunya yang adalah kerja sama dengan BNI Live. Hal ini terbukti dengan adanya produk tabungan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang yang menggunakan proteksi Asuransi jiwa di dalamnya.

Strategi ini efektif dilakukan dimana Bank Syariah Mandiri Cabang Malang berhasil menarik minat nasabah untuk menggunakan tabungan dengan proteksi asuransi dimana yang peneliti temukan di lapangan adalah nasabah yang menggunakan tabungan investa cendekia yang ia gunakan untuk

tabungan biaya pendidikan anaknya di masa yang akan datang dengan adanya proteksi asuransi jiwa untuk dirinya.

Dalam pandangan Islam, melakukan kerja sama untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen dimana kerja sama antar perusahaan ini bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan merupakan hal yang diperbolehkan bahkan sangat dianjurkan. Hal ini karena kerja sama ini merupakan kegiatan tolong menolong. Islam memperbolehkan segala sesuatu yang dilakukan untuk kemsalahatan masyarakat luas. Hal ini sesuai dengan Syariah Islam dimana dijelaskan dalam al-Qur'an yang artinya:

“ Dan tolong-menolonglah dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa dan janganlah tolong-menolong dalam (mengerjakan) dosa dan pelanggaran”. (QS. Al-maidah:5:2). (Kamil dan Fauzan, 2007:382).

15. Menggunakan jaringan ritel.

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan jaringan ritel namun jaringan ini tidak menggunakan perantara distributor atau pihak lain. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan jaringan ritel dengan membangun kantor cabang pembantu. Penggunaan Kantor cabang pembantu ini dilakukan untuk memudahkan kegiatan operasional Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sehingga seluruh kegiatan pelayanan tidak terpusat pada kantor cabang pusat. Selain itu dengan adanya kantor cabang pembantu di beberapa titik wilayah strategis dapat membantu lebih mendekatkan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang terhadap konsumennya. Adapun kantor cabang pembantu yang ada pada saat ini

terletak di Jalan Sukarno Hatta dan Unisma dan akan berencana membangun kantor cabang pembantu serta kerja sama dengan Universitas Machung, Universitas Brawijaya, dan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Penggunaan jaringan ritel ini terbukti bahwa Bank Syariah Mandiri mempunyai outlet terbanyak di seluruh wilayah Indonesia. Sebagaimana kutipan wawancara berikut ini:

“ Iya mbak ya, kita mempunyai outlet terbanyak yang tersebar di wilayah Indonesia, sekita 900 outlet, untuk di Malang, Malang saja, disini, Suhat dan Unisma, dan kami juga berencana insyaAllah kami ini membangun di UIN, UB, sama Machung. Jadi dengan adanya outlet-outlet ini kita bisa lebih dekat dengan nasabah, nasabah tidak hanya bisa kesini tapi di Unisma di Suhat, kita juga punya outlet disana.” (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013).

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh seorang yang pernah melaksanakan PKL selama satu bulan di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“Kalo kantor cabang, di letjen sutoyo itu kan, suhat, terus unisma, ada 3 kan ya kalo di Malang sini, ya lumayan lah dari pada bank syariah lainnya, ya kan, tapi menurut aku si lebih ditingkatkan lagi gitu, biar nasabahnya lebih dekat lagi sama mereka,” (wawancara dengan Aini, jum'at, 20-12-2013).

Dari hasil observasi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan jaringan ritel dengan menggunakan kantor cabang pembantu yang terletak di daerah Soekarno Hatta dan di daerah Dinoyo.

Strategi penggunaan kantor cabang pembantu ini efektif dilakukan dimana terbukti bahwa terdapat nasabah yang mengunjungi Bank Syariah Mandiri cabang Malang yang terletak di daerah Soekarno Hatta dan di daerah Dinoyo sehingga nasabah tidak harus selalu mengunjungi outlet Bank

Syariah Mandiri Cabang Malang yang terletak di Jl. Letjen Sutoyo. Dengan adanya kantor cabang pembantu maka layanan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang terhadap nasabah tidak menggunakan layanan terpusat melainkan layanan yang tersebar di kawasan strategis sehingga Bank Syariah Mandiri Cabang Malang lebih dekat dengan nasabah. Selain itu nasabah dapat lebih mudah mengunjungi outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

16. Menjaga nama baik perusahaan.

Dimana menjaga nama baik ini dilakukan dengan mengedepankan kualitas, responsive terhadap keinginan dan keluhan nasabah, serta menjaga privasi nasabah. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Iya mbak, kalo kualitas pasti ya mbak, terus respon terhadap dari nasabah kita bisa langsung tangani melalui CS ataupun teller disini “(wawancara dengan bapak Riyan, Rabu 11-12-2013)

Dari hasil observasi yang dilakukan Bank Syariah mandiri Cabang Malang memiliki respon yang tinggi terhadap nasabahnya dimana respon yang tinggi ini ditemukan dengan adanya *customer service* 24 jam yang dapat melayani kepentingan dan keluhan nasabah sehingga nasabah tidak perlu harus selalu datang pada outlet setiap terdapat kepentingan atau keluhan yang harus ditangani Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Selain itu Bank Syariah Mandiri Cabang Malang juga menggunakan teller sebagai ujung tombak penjualan yang dapat memenuhi keinginan nasabah. Dengan adanya hal ini Bank Syariah Mandiri akan dikenal baik oleh nasabahnya dan dapat mendorong nasabah untuk merekomendasikan Bank Syariah mandiri Cabang malang pada nasabah lainnya.

Strategi ini sangat efektif dilakukan dimana teller Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dapat melayani dengan baik setiap nasabah yang datang dengan beragam kepentingan terbukti setiap nasabah yang datang selalu dapat melakukan transaksi dengan baik tanpa merasa kebingungan karena adanya *miss communication*. Nasabah merasa nyaman dengan menggunakan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang, aman dan merasa terjaga privasinya.

Islam menganjurkan untuk memberikan nama terhadap sesuatu dengan nama yang baik, nama yang baik akan menimbulkan persepsi dan kesan yang baik. Tentunya nama yang baik harus disertai dengan sifat baik yang terkandung dalam nama tersebut, baik itu produk, jasa, maupun manusia.

Sebagaimana dalam Al-qur'an:

Allah berfirman: “ sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah (Muhammad) itu suri tauladan yang baik bagimu” (Gunara dan Sudibyo, 2002:72).

17. Memberikan penawaran produk yang berkualitas.

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memberikan penawaran produk yang berkualitas dengan mencoba memberikan penawaran produk sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabahnya. sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Yang pertama kita coba, namanya a complaint ya, a complaint itu kita benar-bener mengupas potensi nasabah tersebut apa saja di bidang pendanaan misalnya dia punya ternak dan kita tawarkan kepada produk lain yang sesuai dengan dia, cross selling ya nanti produknya saya kasi brosur ya mbak., Yang kedua jika kita punya program-program misalnya program sahabat, mitra kerja dan itu salah satunya yang kita gunakan untuk meningkatkan loyalitas. Selain itu kita juga juga memakai teknologi

yang canggih yang alhamdulillah untuk kapasitas bandwidthnya sudah baik.” (wawancara dengan bapak Riyan, Rabu, 11-12-2013)

Dari studi dokumentasi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menawarkan produk yang bervariasi yaitu: BSM Tabungan, BSM Tabungan Berencana, BSM Tabungan Simpatik, BSM Tabungan Mabruur, BSM Tabungan Dollar, BSM Tabungan Investa Cendekia (TIC), BSM Deposito, BSM Deposito Valas, BSM Giro, BSM Giro US Dollar, BSM Giro Singapore Dollar, BSM Giro Euro, BSM Obligasi serta BSM Tabungan Perusahaan. BSM Pembiayaan *Mudharabah*, BSM Pembiayaan *Musarakah*, BSM Pembiayaan *Murabahah*, BSM Pembiayaan Talangan Haji, BSM Pembiayaan *Istishna*, Pembiayaan dengan Skema IMBT (*Ijarah Muntahiyah Bittamlik*), Pembiayaan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* , Pembiayaan *Mudharabah Muqayyadah off Balance Sheet*, BSM *Customer Network Financing*, BSM *Customer Network Financing* (BSM-CNF). BSM Pembiayaan Resi Gudang, BSM Pembiayaan Edukasi, BSM Implan, Pembiayaan Dana Berputar, BSM Pembiayaan Pemilikan Rumah, Pembiayaan Umrah, BSM Pembiayaan Griya DP 0%, BSM Sistem Pembayaran *Off Line*, Pembiayaan dengan Agunan Investasi Terikat Syariah Mandiri, Pembiayaan kepada Pensiunan. Penawaran produk yang bervariasi dilaksanakan guna untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan segmen nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Berdasarkan Hasil observasi pelayanan produk yang bervariasi ini sangat efektif dilakukan terbukti dengan banyaknya nasabah yang menggunakan produk penawaran Bank Syariah Mandiri yang berbeda-beda sesuai dengan

keinginan dan kebutuhan mereka. Hasil observasi ditemukan bahwa nasabah yang datang mengunjungi Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memiliki kepentingan dan tujuan yang beragam sehingga mereka menggunakan produk Bank Syariah Mandiri Cabang Malang yang berbeda-beda. Salah satunya yang saya temui selama di lapangan adalah nasabah yang menggunakan produk BSM tabungan mabrur dimana tabungan ini untuk proteksi ibadah haji di masa yang akan datang, nasabah yang menggunakan BSM gadai emas untuk pencairan dana yang lebih cepat, dan lain sebagainya.

18. Menetapkan harga sesuai dengan kebutuhan konsumennya.

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memberikan penawaran harga sesuai dengan segmen dan kebutuhan konsumennya. Dalam melayani konsumennya Bank syariah mandiri Cabang Malang menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumennya. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memberikan pelayanannya terhadap semua kalangan. mulai dari konsumen kalangan bawah sampai pada konsumen kalangan atas. Hal ini dapat dilihat dimana Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melayani pembiayaan dalam skala kecil sampai pembiayaan dalam skala besar. yaitu mulai dari pembiayaan nilai tekecil Rp. 2.000.000 sampai pada nilai yang paling besar Rp. 100.000.000.000. Dengan pangsa pasar yang luas untuk seluruh lapisan masyarakat tentunya akan lebih banyak mendapatkan konsumen yang hal ini akan berpengaruh pada loyalitas konsumen. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“Iya, otomatis kita base on segmentasi, jadi dulu kita customer baseproduct tapi dibalik product base customer jadi produk kita menyesuaikan dengan segmentasi customer.” (wawancara dengan bapak Riyan, Rabu 11-12-2013).

Hal ini sesuai dengan syariah islam dimana dengan penawaran produk untuk seluruh lapisan masyarakat akan membantu memudahkan setiap orang dalam urusan kehidupan sehari-harinya. Sehingga Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dapat membantu masalah dari seluruh lapisan masyarakat yang menjadi konsumennya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam hadits yang artinya:

“ Orang yang melepaskan seorang muslim dari kesulitannya di dunia Allah akan melepaskan kesulitannya di hari kiamat; dan Allah senantiasa menolong hamba-Nya selama ia (suka) menolong saudara-Nya.” (HR. Muslim).

Hadits lain menjelaskan yaitu:

“ Seorang mukmin dengan mukmin yang lain ibarat sebuah bangunan, satu bagian menguatkan sebagian yang lain.” (HR. Muslim dari Abu Musal al-Asy’ Ari) (fauzan dan Kamil, 2007:564)

Dari hasil observasi dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang malang memberikan penawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya dimana terdapat produk Bank Syariah Mandiri Cabang Malang yang bervariasi.

Strategi produk yang beragam ini efektif dilakukan dimana pada saat observasi di lapangan banyaknya nasabah yang datang ke outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sehingga strategi penawaran produk yang beragam sangat tepat dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Malang

19. Menjaga Standar Kualitas Lingkungan Perusahaan.

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menjaga standar kualitas lingkungan perusahaan dengan menjaga keserasian outlet mulai dari outlet kecil sampai pada outlet besar yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Keserasian ini mulai dari tata letak toko, ruang rak dan pemajangan, tanda, warna, produk yang ditawarkan, penampilan dan pelayanan karyawan, inventaris, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan untuk menciptakan kesan yang nyaman dan untuk menjaga standar kualitas lingkungan perusahaan.

Dalam menjaga kualitas dan kenyamanan lingkungan perusahaan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memiliki kesamaan outlet mulai dari outlet kecil sampai pada outlet besar yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Kesamaan ini mulai dari tata letak toko, ruang rak dan pemajangan, tanda, warna, produk yang ditawarkan, penampilan dan pelayanan karyawan, inventaris, dan lain sebagainya. Sehingga dengan standar kualitas dan kenyamanan pada outlet pada Bank Syariah Mandiri konsumen akan merasa senang dan selalu mengunjungi outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Sebagaimana kutipan wawancara berikut.

“ Kalau untuk service, Kita punya standart mbak sperti yang saya jelaskan tadi, tangible, security teller maupun CS, standarisasi kita untuk melakukan pelayanan iya kita punya standart sendiri. Lalu untuk brand image otomatis, corporate image kita dari masalah layout, ya, dari sabang, sabang belum ada, dari Aceh sampai Papua kitas sama, model gedungnya seperti apa, boleh gede boleh kecil tapi didalamnya kurang standarisasi tangibelnya sama”. (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013)

Dari hasil observasi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menjaga standar kualitas lingkungan perusahaan dengan baik dimana terdapat keserasian pada tata letak toko, ruang rak dan pemajangan, tanda,

warna, produk yang ditawarkan, penampilan dan pelayanan karyawan, inventaris, kebersihan, ruangan ber AC dan lain sebagainya pada setiap outlet Bank Syariah mandiri Cabang Malang. Hal ini terbukti dengan adanya *cleaning service* yang melakukan kegiatan bersih-bersih pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sebelum ataupun setelah kegiatan outlet Bank Syariah mandiri Cabang Malang dibuka.

Hal ini sangat efektif dilakukan terbukti dengan adanya setiap nasabah yang datang tidak merasa jijik karena kotor, panas, berdebu ataupun bau sehingga nasabah akan merasa nyaman ketika mengunjungi outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

20. Mengedepankan standar kualitas pelayanan.

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang mengedepankan kualitas pelayanan dimana setiap konsumen akan mendapatkan pelayanan yang baik dari Bank Syariah Mandiri Cabang Malang, kualitas pelayanan ini mulai dari berbagai fasilitas layanan untuk kemudahan transaksi, responsive terhadap keluhan nasabah, layanan priority terhadap nasabah tertentu, melakukan *role play* setiap paginya, serta layanan *customer service* 24 jam. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Iya mbak, iya, seperti yang tadi yang sudah saya jelaskan. Nah yang kita, identitas ini termasuk standart tangible ini, itu yang pojok disitu itu bukan ruang biasa itu ruang priority mbak, jadi mbaknya kalau punya uang Rp.250.000.000 ke atas itu fasilitasnya kita bedain, gitu. Gak cuman disini mbak ajik jadi nasabah kita gak dilayani disini mungkin di rumah mbak Zahrah, mbak Ajik, gitu. Mas Riyan saya butuh dana sekian tolong cairkan deposito saya sekian, misalnya, bisa via call. Dia lagi terbang nih turunya Juanda gitu kan, nunggunya gak ditempat biasa, executive.” (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu 11-12-2013)

Hal ini juga dikemukakan oleh seseorang yang pernah melakukan PKL selama satu bulan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dimana pada saat wawancara ia mengatakan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memiliki pelayanan yang bagus. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Menurut saya bagus banget, karena tiap pagi ada role play masing-masing tugas karyawan, selain itu ngomongnya untuk melayani nasabah ada naskahnya. “ (wawancara dengan Rika, Kamis 19-12-2013)

Hal ini juga dikemukakan oleh seseorang yang pernah melaksanakan PKL di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“Kalau pelayanan ke nasabahnya selama aku PKL itu bagus jadi kan dia tiap senin sampai jum'at ada bahasannya sendiri tiap briefing misalnya gini kayak role play antara teller dengan nasabah gitu, terus nanti pegawai yang piket itu gantian gitu terus nanti dikasi masukan sama karyawan yang lain, gitu. Kalau dari sisi itu aja berarti mereka udah bagus berarti, jadi gak sekedar hanya melayani sesuka hati, gitu aja kan, tapi juga ada aturannya. Terus ada juga kalau gak salah tiap hari Kamis atau jum'at itu mereka baca surat dari kotak kritik saran itu lho, jadi selama aku disitu itu setiap hari itu Cuma satu kali yang ngobrol kritik itu, ada kritik dari nasabah kalau dirinya mendapat tepa dari seseorang yang mengatas namakan BSM, jadi katanya dia dapat hadiah dari BSM gitu, jadi dia minta agar BSM lebih berhati-hati, lebih memberitahukan lebih jelas lagi kepada nasabahnya perihal pemberian hadiah itu biar gak ada pihak lain yang mengatas namakan BSM. “ (wawancara dengan Aini, Jum'at 20-12-2013)

“Oya mbak, kalau yang aku tau pas PKL disana emang ada nasabah yang dilayani secara lebih dengan BSM, biasanya yang gitu nasabah yang tabungannya mencapai berapa ya ? berapa gitu mbak aku lupa, layanan priority, jadi di ruangan khusus gitu mbak, terus kan emang banyak, apa, kelompok-kelompok gitu, jadi ada yang bagian ini, bagian itu, ada yang bagian ngurusin pembayaran spp, dana haji, ada yang keluar, ada yang keluar temu janji dengan nasabah, janji gitu mbak dengan nasabah, ya mungkin mereka yang udah high class.” (wawancara dengan Aini, Jum'at 20-12-2013)

Hal ini juga sesuai dengan yang dikatakan nasabah sebagaimana wawancara berikut:

“ *Nasabah prioritas memang ada, tapi kalau minimal tabungannya berapa saya kurang tau ya, tapi kalau saya begitu deposit di BSM, saya langsung jadi nasabah prioritas, tapi daftar dulu ya mbak buat jadi nasabah prioritas. Pelayanannya banyak, mau pick up service juga bisa, mau ngopi di banknya juga bisa, ya kayak rumah sendiri mbak. Pick up service mau ketemu dimana aja boleh, mau ditemeni ngopi, shopping, bisa. Tapi waktunya dibatasi ya mbak, jam berapa pulang kantor, kalau ke kantornya dijamu, disediakan kopi, kue. ya gitulah mbak. Misalnya saya ke BSM, saya akan dilayani lebih dulu meskipun antrean panjang, namanya aja priority, ya kan ?* “ (wawancara dengan ibu H. Selasa, 24-12-2013)

Dari hasil observasi yang dilakukan, Bank Syariah Mandiri Cabang Malang mengedepankan standar kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ini didukung dengan beberapa hal yaitu sebagai berikut:

a. *Layanan customer service.*

Pada saat observasi ditemukan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memberikan pelayanan via call terhadap nasabah selama 24 jam. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang tetap memberikan pelayanan di atas jam 24.00 untuk kepentingan dan keluhan nasabah seputar produk penawaran Bank Syariah mandiri Cabang Malang. Dengan adanya customer service 24 jam terbukti bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memiliki tanggapan yang tinggi terhadap kepentingan dan keluhan yang dihadapi nasabah, dengan adanya tanggapan yang tinggi atas kepentingan dan keluhan nasabah maka dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang mengedepankan kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabah. Pelayanan *customer service* ini sangat efektif dilakukan dimana dengan adanya *customer service* maka

nasabah tidak perlu harus selalu datang pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang setiap terdapat kepentingan atau keluhan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang karena kepentingan dan keluhan nasabah dapat dilayani melalui *customer service*.

b. Pelayanan Satpam.

Dari hasil observasi ditemukan bahwa Bank Syariah mandiri Cabang Malang memiliki satpam yang memberikan pelayanan yang baik terhadap setiap nasabah dimana satpam Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dapat menangani dengan baik setiap nasabah yang datang pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dengan berbagai kepentingan.

Pelayanan satpam ini sangat efektif dilakukan terbukti dengan setiap nasabah yang datang tidak merasa bingung untuk melakukan pembelian ataupun berbagai transaksi pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang karena sebelumnya telah mendapatkan petunjuk dari satpam Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

c. Fasilitas kemudahan layanan.

Dari hasil observasi ditemukan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menyediakan berbagai kemudahan transaksi mulai dari ATM, SMS banking serta internet banking dimana terdapat banyaknya nasabah yang menggunakan layanan ATM Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Fasilitas kemudahan layanan ini sangat efektif dilakukan dimana dengan adanya fasilitas kemudahan layanan nasabah tidak harus selalu mendatangi outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dalam melakukan transaksi pencairan dana ataupun transaksi lainnya sehingga *overload* antrean nasabah dapat diminimalkan.

d. Layanan prioritas.

Dari hasil observasi ditemukan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan layanan prioritas pada nasabah tertentu yaitu nasabah di atas saldo Rp. 250.000.000 ke atas. Dimana pada saat observasi dilakukan terdapat ruangan prioritas (*priority room*) yang disediakan untuk nasabah prioritas pada outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Selain itu terdapat nasabah yang dilayani secara personal pada *room priority*.

Hal ini sangat efektif dilakukan dimana dengan adanya *room priority* ini nasabah prioritas tidak perlu menunggu antrean panjang untuk mendapatkan pelayanan sehingga hal ini dapat menjadi nilai plus Bank Syariah Mandiri Cabang Malang di benak nasabahnya. dengan adanya pelayanan prioritas maka akan lebih meningkatkan ikatan emosional nasabah pada Bank Syariah mandiri Cabang Malang sehingga nasabah akan mendapatkan kepuasan dan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

21. Menggunakan LAZNAS.

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan kegiatan CSR. Kegiatan CSR ini Yaitu kegiatan kerja sama yang dilakukan dengan Lembaga Zakat Nasional yang bertujuan untuk merealisasikan zakat yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri kepada masyarakat luas. sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Iya mbak, kita juga ada CSR, Cuma ini pengalokasiannya langsung dari pusat di jakarta, kita punya mengelola khusus namanya LAZNAS, nah LAZNAS ini yang mengurus zakat yang dikeluarkan oleh BSM yang pengalokasiannya untuk masyarakat luas, iya gitu mbak. “(wawancara dengan bapak Riyan, Rabu,11-12-13)

Dari hasil studi dokumentasi Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan kegiatan CSR. Kegiatan CSR ini Yaitu kegiatan kerja sama yang dilakukan dengan Lembaga Zakat Nasional yang bertujuan untuk merealisasikan zakat yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri kepada masyarakat luas.

22. Menggunakan Teknologi Yang Canggih.

Yaitu kegiatan penggunaan teknologi yang canggih untuk mendukung kemudahan kegiatan operasional dan kemudahan transaksi nasabah.

“ Iya, kita juga menggunakan teknologi yang kapasitas bandwidthnya uda baik untuk lebih memudahkan pelayanan pada nasabah. “ (wawancara dengan Bapak Riyan, Rabu,11-12-13)

Hal ini juga dikatakan oleh seorang nasabah dimana ia mengatakan bahwa Bank Syariah Mandiri menunggunakan teknologi jadi pelayanannya lebih cepat. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Iya, kalo BSM emang pakek E-Banking, waktu pertama kali saya daftar pembukaan rekening saya langsung dapat verifikasi debit sama kredit itu langsung melalui email saya, biasanya kan Cuma pakai kertas biasa tuh

dari Banknya, waktu di BSM saya dapat konfirmasi juga lewat email. “ (wawancara dengan Rizki, Sabtu 21-12-2013)

Dari hasil observasi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri menggunakan teknologi yang Canggih dalam kegiatan operasionalnya diman Bank Syariah mandiri cabang malang menggunakan ATM, SMS dan internet Banking untuk kemudahan akses pada setiap nasabah.

Strategi ini terbukti efektif dilakukan dimana nasabah Bank Syariah mandiri Cabang Malang banyak menggunakan ATM sehingga tidak perlu selalu mengunjungi outlet Bank Shyariah mandiri Cabang Malang setiap akan melakukan transaksi

23. Memberikan Hadiah Kepada Nasabah.

Bank Syariah mandiri Cabang Malang memberikan hadiah kepada nasabah yang menggunakan produk Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Hadiah ini dilakukan pada waktu-waktu tertentu untuk mendapatkan penjualan yang lebih banyak dalam waktu-waktu tertentu. Sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kalau untuk hadiah biasanya kita fokuskan pada nasabah ya mbak “ (wawancara dengan bapak Riyan, Rabu,11-12-2013)

Hal ini sesuai sebagaimana yang dikatakan oleh seseorang yang pernah melaksanakan kegiatan PKLdimana ia mengatakan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Malang memberikan hadiah kepada nasabahnya sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“ Kalo untuk hadiah, BSM biasanya ngasi majalah gitu mbak, majalah, katalog ya gitu nasabahnya, ya mungkin uda nasabah kalangan eksekutif ya mbak. “ (wawancara dengan Aini, Jum’at, 20-12-2013)

Dari hasil observasi yang dilakukan, bank Syariah Mandiri cabang Malang memberikan hadiah pada nasabahnya pada waktu-waktu tertentu seperti pada saat pembayaran registrtrasi setiap kampus. Hadiah ini seperti hadiah makanan dan snack yaitu camilan ringan untuk nasabah yang melakukan pembelian pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Kegiatan ini dilakukan untuk menarik perhatian nasabah untuk memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Strategi ini efektif dilakukan dimana dengan adanya mahasiswa yang menggunakan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dalam melaksanakan registrasi pembayaran.

24. Melakukan Jemput Bola.

Yaitu kegiatan lebih mendekatkan diri kepada nasabah dengan cara menggunakan fasilitas mobil Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Dari hasil observasi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri cabang malang melakukan strategi jemput bola dimana dengan mendirikan stand di area kampus untuk mendapatkan pembelian.

Strategi jemput bola ini terbukti efektif dimana terdapat mahasiswa yang membayar registrasi dengan menggunakan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

C. Efektivitas Implementasi Strategi Membangun *Brand Equity*

Dari pemaparan hasil penelitian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa Strategi membangun *brand equity* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sudah efektif terbukti dengan adanya pertumbuhan yang terus mengalami kenaikan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

strategi-strategi tersebut dapat dinikmati oleh nasabah Bank syariah Mandiri Cabang Malang. Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dapat dengan mudah menikmati setiap penawaran dan layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri cabang Malang.

Bank Syariah Mandiri juga mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sebagaimana yang tertera dalam lampiran 1.

Tabel 4.1 Data Pertumbuhan Bank Syariah Mandiri

| Data pertumbuhan | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|
| | (dlm jutaan) | (dlm jutaan) | (dlm jutaan) |
| Pertumbuhan penyaluran pembiayaan BSM Cabang Malang | 524,406 | 732,117 | 838,258 |
| Pertumbuhan nasabah pembiayaan BSM Cabang Malang | 13,417 | 15,347 | 16,212 |
| Pertumbuhan penyaluran pembiayaan BSM Cabang Malang | 524,406 | 732,117 | 838,258 |
| Pertumbuhan funding BSM Cabang Malang | 329.981 | 504.747 | |
| Pertumbuhan karyawan BSM Cabang Malang | N/A | 246 orang | 256 orang |
| Pertumbuhan outlet Bank Syariah Mandiri Cabang Malang | | | 3 outlet |

Sumber: PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Sumber di olah)

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Dari pemaparan hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh **Arianis Chan** (2010) Dengan judul “ **Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan**

Pembelian Konsumen: Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung”, yang menyatakan bahwa ekuitas merek untuk variabel X yang terdiri dari sub variabel kesadaran merek (X1), asosiasi merek (X2), persepsi kualitas (X3), dan loyalitas merek (X4), dan variabel proses keputusan pembelian konsumen untuk variabel Y memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Pengaruh positif tersebut dapat diartikan bahwa semakin baik kondisi ekuitas merek Bank Muamalat Indonesia, maka akan memperbesar proses keputusan konsumen untuk menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung.

Penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **Bahram Ranjbarian, Sayedeh Masoomeh Abdollahi, dan Arezo Khorsabdjed (2011)** Dengan judul *“The impact of brand equity on advertising Effectiveness (Samsung and Snowa Brand Names as a Case Study)”*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran *brand equity* perusahaan dalam efektivitas periklanan untuk dua merek dari Samsung dan Snowa di kota Isfahan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand equity* yang terdiri dari *perceived quality, brand loyalty, brand association, brand awareness*, berpengaruh positif terhadap efektivitas periklanan dengan banyaknya konsumen yang memiliki komitmen yang tinggi dan melakukan pembelian ulang.

Penelitian **Strategi Membangun Brand Equity Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang** ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami berbagai strategi membangun *brand equity* yang digunakan

Bank Syariah Mandiri Cabang Malang untuk meningkatkan loyalitas konsumennya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi membangun *brand equity* pada Bank Syariah Mandiri Cabang selaras dengan teori yaitu dengan menggunakan penjualan perseorangan, periklanan (*advertising*), pemasaran *sponsorship*, publisitas, komunikasi di tempat pembelian, menggunakan simbol pada merek, melakukan *brand extention*, memberikan kemudahan penggunaan produk, memberikan pelayanan prima, menggunakan performa, menggunakan nilai *prestise*, memanfaatkan nama perusahaan pembuat produk, melakukan kerja sama dengan perusahaan lain, menggunakan jaringan ritel, menjaga nama baik perusahaan, memberikan penawaran produk yang berkualitas, menetapkan harga sesuai dengan kebutuhan konsumennya, menjaga standar kualitas lingkungan perusahaan, mengedepankan standar kualitas pelayanan, menggunakan LAZNAS, menggunakan teknologi yang canggih, memberikan hadiah kepada nasabah serta melakukan strategi jemput bola.

Strategi membangun *brand equity* ini selaras dalam program dengan teori dimana untuk *brand awareness* strategi yang dapat dilakukan yaitu: Penjualan Perorangan (*Personal Selling*), iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran *sponsorship* (*sponsorship marketing*), publisitas (*Publicity*), dan komunikasi di tempat pembelian (*Point-Of-Purchase Communication*) (Shimp, 2003:11). Selain itu strategi yang dapat digunakan dalam membangun *brand awareness* yaitu: Membuat pesan yang singkat, Menggunakan *tagline* yang pendek, menggunakan simbol, menggunakan publisitas, melakukan kegiatan *sponsorship*, melakukan *brand extention* dan

menggunakan *icon* (Handayani,dkk, 2010:65). Hal ini juga terjadi di lapangan dimana dalam membangun *brand equity* Bank Syariah Mandiri Cabang Malang menggunakan simbol pada merek dan melakukan *brand extention*.

Dalam pandangan Islam, komunikasi pemasaran ini sangat dianjurkan. Dengan adanya komunikasi pemasaran maka konsumen akan mengetahui dengan jelas segala sesuatu mengenai produk Hal ini terdapat dalam al-Qur'an yaitu:

وَجَعَلْنَا مِنْهُمْ أُمَّةً يَهْتَدُونَ بِأَمْرِنَا لَمَّا صَبَرُوا وَكَانُوا بِآيَاتِنَا
يُوقِنُونَ ﴿٢٤﴾

“ Allah berfirman, : dan kami jadikan di antara mereka pemimpin-pemimpin yang memberi petunjuk dengan perintah Kami ketika mereka sabar. Dan adalah mereka meyakini perintah kami.” (QS. As-Sajdah;24)

Dengan adanya komunikasi pemasaran, maka pihak Bank Syariah Mandiri Cabang Malang akan mengetahui dan mengenal konsumennya sehingga tercipta hubungan silaturahmi dengan konsumennya. Sebagaimana dalam al-Qur'an yang artinya:

“ Allah berfirman: Hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan serta menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal.” (QS. Al-Hujurat:13). (Gunara dan Sudibyo, 2002:136).

Brucks dan Zeithaml dalam Monirul dan Jang Hui Han,(2012:100) mengatakan bahwa dalam peningkatan *perceived quality* terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan yaitu: memberikan Kemudahan penggunaan produk, fungsionalitas, *service ability*, daya tahan, performa, dan *prestise*. Hal ini juga sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan dimana Bank Syariah Mandiri Cabang

malang dalam membangun *brand equity* menggunakan strategi memberikan kemudahan penggunaan produk, memberikan pelayanan prima, menggunakan performa, serta menggunakan nilai *prestise*.

Dalam pandangan Islam, Sedangkan pelayanan prima merupakan hal yang sangat dianjurkan dalam Islam dimana Islam menganjurkan kepada ummatnya untuk memudahkan kegiatan muamalah, sebagaimana hadist:

“Rasulullah bersabda: “ Allah mengasihi orang-orang bermurah hati ketika menjual, ketika membeli dan ketika menagih.” (HR. Bukhari dari Jabir bin Abdullah ra). Gunara dan Sudibyo, (2002:125).

Sadat (2009:140) mengatakan bahwa untuk membangun *brand associations* dapat dilakukan dengan beberapa strategi yaitu: Memanfaatkan citra negara asal, Memanfaatkan Nama Perusahaan Pembuat Produk, Menggunakan *Brand evangelist*, Menggunakan Jaringan Peritel Terkenal, Melakukan *Co-branding*, Lisensi, Melakukan Berbagai *Events*, dan Melakukan Aktivitas kreatif. Hal ini sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan dimana bank syariah mandiri cabang malang juga menggunakan strategi memanfaatkan nama perusahaan pembuat produk, melakukan kerja sama dengan perusahaan lain, dan menggunakan jaringan ritel.

Yee dan Sidek (2008:223) menyebutkan bahwa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan loyalitas merek konsumen yaitu menggunakan nama merek yang kuat, meningkatkan kualitas produk, menetapkan harga yang sesuai, menggunakan gaya yang berbeda, meningkatkan kualitas lingkungan toko, melakukan promosi dan kualitas layanan. Hal ini sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan dimana Bank Syariah mandiri Cabang Malang juga menggunakan strategi memberikan penawaran produk yang berkualitas, menetapkan harga sesuai dengan kebutuhan konsumennya, menjaga standar kualitas lingkungan perusahaan, serta mengedepankan standar kualitas pelayanan.

Strategi lainnya yang digunakan oleh Bank Syariah mandiri Cabang Malang dalam strategi membangun *brand equity* adalah dengan menjaga nama baik perusahaan, menggunakan lembaga zakat (LAZNAS), menggunakan teknologi yang canggih, memberikan hadiah kepada nasabah serta melakukan strategi jemput bola.

Dalam kegiatan strategi membangun *brand equity* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang berdasarkan kebijakan dari Bank Syariah Mandiri Pusat. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang melakukan berbagai kegiatan yang sifatnya dalam skala lokal. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang dalam membangun strategi *brand equity* sesuai berdasarkan teori. Kegiatan membangun strategi *brand equity* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sudah efektif dimana Bank Syariah Mandiri Cabang Malang mengalami kenaikan pertumbuhan.