

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum tentang PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah**

##### **1. Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah**

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. BRISyariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. BRISyariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian di ubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. BRISyariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. BRISyariah di tengah-tengah industri perbankan nasional di pertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. BRISyariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang di gunakan merupakan turunan dari

warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Aktivitas PT. BRISyariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. BRISyariah (proses *spin-off*) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan di lakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. BRISyariah.

Saat ini PT. BRISyariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. BRISyariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. BRISyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. BRISyariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah. Dalam perluasan jaringan PT. BRISyariah khususnya di provinsi Kalimantan Selatan terdapat lima daerah untuk penempatan PT. BRISyariah, di antaranya: Banjarmasin, Sultan Adam, Pasar Baru, Banjarbaru dan Tanjung. Jadi PT. BRISyariah cabang Banjarmasin sebagai Kantor Cabang sedangkan untuk posisi-

posisi yang lainnya di wilayah Kalimantan Selatan adalah Kantor Cabang Pembantu.

## 2. Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia Syariah

### a. Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

### b. Misi

Bank Rakyat Indonesia Syariah adalah:

1. keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
3. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
4. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

## 3. Tujuan Bank Rakyat Indonesia Syariah

BRISyariah merupakan bank yang terbilang baru, bank yang mulai beroperasi pada tahun 2008 ini terus melakukan berbagai persiapan dan pembenahan dalam rangka membangun fondasi yang kokoh untuk menunjang pertumbuhan bank.

Untuk mengembangkan pelayanan jaringan BRISyariah untuk mengembangkan layanan penjualan melalui sinergi dengan Bank Rakyat Indonesia dalam bentuk Unit Pelayanan Syariah (UPS) atau Unit Mikro untuk melayani sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

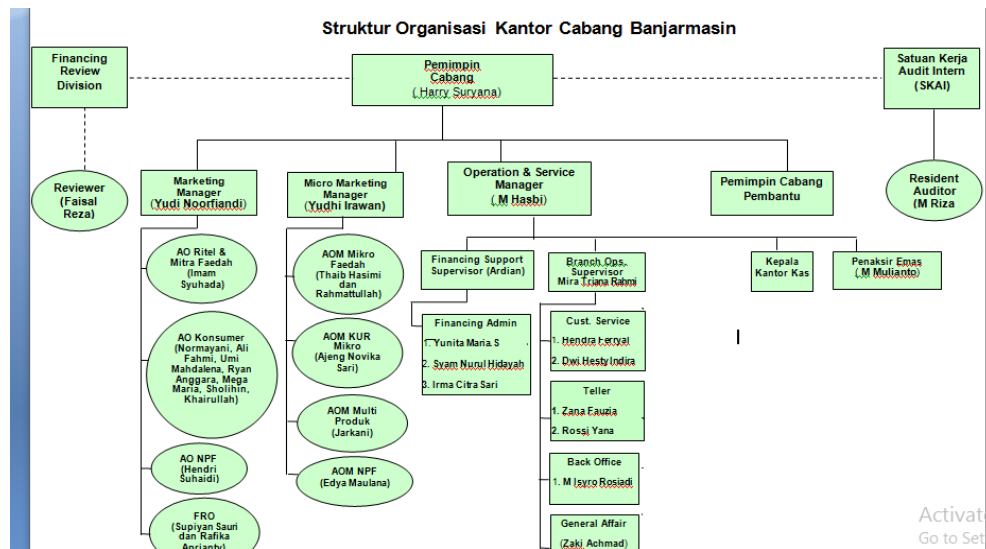
BRISyariah juga akan mempersiapkan peluncuran produk baru baik pendanaan maupun pembiayaan, yang akan di fokuskan pada segmen UMKM dan *consumer* sesuai dengan visinya menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan financial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah, untuk kebutuhan kehidupan lebih bermakna.

Keseluruhan inisiatif ini tentunya tidak akan berhasil dilaksanakan tanpa dukungan sumber daya manusia yang handal. Selain menggiatkan program rekrutman untuk mengisi posisi lowong, BRISyariah juga akan menyelenggarakan berbagai pelatihan untuk menantikan pengetahuan dan keahlian kerja.

Hal ini yang tidak kalah penting yang di lakukan BRI Syariah adalah memperkuat sistem teknologi informasi untuk mendukung kegiatan operasional bank sehari-hari. Bank akan mengimplementasikan *Core Banking System* dan mengembangkan berbagai sistem teknologi informasi dan sistem pembayaran yang handal guna memberikan layanan prima bagi nasabah.

Gambar 4.1

## Struktur Organisasi PT Bank BRI Syariah Banjarmasin



Sumber: BRI Syariah Banjarmasin

## 1. Job Description

### a. Pimpinan Cabang

1. Bertanggung jawab kepada Group Head Kantor Pusat terhadap hasil kinerja cabang yang dipimpinnya secara menyeluruh.
2. Mempersiapkan, mengusulkan, melakukan negosiasi, merevisi RKA (Rencana Kerja Anggaran) dalam rangka mencapai target usaha syariah yang telah ditetapkan.
3. Membina dan mengkoordinasi unit-unit kerja di bawahnya untuk mencapai target usaha syariah yang telah ditetapkan.
4. Mengawasi semua bawahannya dan unit-unit kerja di bawahnya dalam rangka melaksanakan dan mencapai sasaran dari rencana kerja yang ditetapkan.

5. Melakukan kegiatan pemasaran dana, jasa dan pembiayaan dalam rangka memperluas pangsa pasar usaha syariah.
6. Mengembangkan bisnis pembiayaan, meminimalkan risiko kerugian, serta memantau portofolio untuk mencapai tingkat portofolio yang sehat.
7. Melaksanakan koordinasi dengan pihak atau instansi terkait atas pelaksanaa usaha kantor cabang Syariah dan unit kerja dibawahnya untuk menjamin pelayanan perbankan yang tepat sasaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
8. Membentuk tim penyelamatan dan penyelesaian pembiayaan bermasalah (Remedial Account Management) dan bertindak sebagai ketua tim dan kantor cabang Syariah.
9. Mengadakan identifikasi masalah dan membuat usul penyelesaian atas pembiayaan bermasalah kantor cabang Syariah.
10. Memberikan masukan atau rekomendasi kepada pejabat yang berwenang tentang rencana-rencana penyehatan dan atau penyelamatan pembiayaan bermasalah di kantor cabang Syariah.
11. Mengawasi ketertiban administrasi dan kelengkapan berkas dokumen atas seluruh pembiayaan bermasalah di kantor cabang Syariah.
12. Membuat usulan untuk penyelesaian bermasalah termasuk penyelesaian melalui pihak ketiga.

b. Operation Manager

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Operation Manager adalah sebagai berikut:

1. Mengkoordinir dan mengawasi semua bawahannya dalam melaksanakan dan mencapai sasaran rencana kerja yang telah ditetapkan.
2. Memastikan pengelolaan kas kantor dan surat-surat berharga telah benar dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk menjaga aset bank.
3. Memastikan pelayanan kas, pelayanan dana jasa (termasuk devisa dan Surat Kredit Berjangka dalam Negeri) dan pelayanan pinjaman serta kegiatan front office dan back office telah sesuai dengan ketentuan guna menghindari risiko yang mungkin timbul.
4. Membantu Pimpinan Cabang dalam membina dan mengkoordinasikan unit-unit kerja dibawahnya, terutama yang terkait dengan bidang operasional dan pelayanan.

c. Marketing Manager

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Marketing Manager adalah sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab terhadap hasil kinerja unit bisnis yang dibawahinya.
2. Melakukan relationship dengan nasabah, menjaga kualitas pembiayaan serta memperluas pangsa pasar untuk meningkatkan keuntungan yang optimal.

3. Menganalisis pembiayaan yang diproses dan memberikan rekomendasi untuk diteruskan kepada komisi pembiayaan.
4. Menyiapkan rencana promosi untuk pembiayaan dan dana simpanan serta bertindak sebagai penyambung informasi marketing communication dengan kantor pusat.

d. Micro Marketing Manager

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Micro Marketing Manager yaitu bertanggung jawab atas program-program marketing pada segmen bisnis mikro dan terhadap sumber daya karyawan yang menjadi bagiannya baik dari segi bisnis maupun administrasi.

e. Financing Support Financing

Tugas, wewenang dan tanggung jawab FSF adalah sebagai berikut.

1. Bertanggung jawab langsung kepada Pimpinan Cabang terhadap hasil kinerja terkait seluruh aspek financing support.
2. Melakukan supervise terhadap unit-unit kerja di financing support dan memastikan seluruh kegiatan telah sesuai dengan standar kebijakan yang berlaku.

f. Branch Quality Assurance

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Branch Quality Assurance adalah sebagai berikut:

1. Menjalankan fungsi verifikasi antara lain terhadap kebenaran dokumen sumber yang berkaitan dengan pembukuan dan transaksi keuangan (bukti transaksi atau voucher).



2. Memeriksa seluruh transaksi layanan operasional yang telah dilakukan sesuai kewenangan dan aturan yang ditetapkan.
3. Melaporkan hasil penawaran dan pemeriksaan kepada Pimpinan Cabang dan BQA kantor pusat.
4. Mengelola user ID staf-staf di kantor cabang.
5. Melaksanakan pengelolaan dan penyimpanan dokumen-dokumen operasional dengan baik dan aman.

g. Collection

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Collection adalah sebagai berikut :

1. Bertanggung jawab secara langsung kepada Pimpinan Cabang terhadap hasil kinerja dan collection nasabah yang macet.
2. Melakukan penagihan pembiayaan nasabah yang bermasalah atau macet melalui telepon.
3. Melakukan penagihan langsung kepada nasabah dan melakukan hal-hal lain yang dianggap perlu dalam upaya penyelesaian pembiayaan bermasalah sesuai ketentuan yang berlaku.
4. Melakukan kegiatan restrukturisasi, negosiasi dan penyelesaian pembiayaan bermasalah.

h. Unit Head

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Unit Head adalah sebagai berikut.

1. Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada nasabah pembiayaan.
2. Menyusun rencana pembiayaan.
3. Menerima berkas pengajuan pembiayaan.

4. Melakukan administrasi pembiayaan.
  5. Melakukan analisis pembiayaan dan mengajukan berkas hasil analisis kepada komisi pembiayaan.
  6. Melakukan pembinaan kepada anggota pembiayaan agar tidak macet.
  7. Membuat laporan perkembangan pembiayaan.
  8. Membuat akad pembiayaan
- i. Account Officer dan Account Officer Micro

Tugas, wewenang dan tanggung jawab AO dan AOM adalah sebagai berikut :

1. Funding:

- a. Mencari atau menghubungi nasabah potensial
- b. Memberikan informasi seperti brosur dan menjelaskan perkembangan hasil usaha perusahaan kepada calon nasabah.

2. Lending:

- a. Bertanggung jawab dalam upaya menyalurkan dana bank dalam bentuk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat (AOM untuk pembiayaan Rp 25 juta-Rp 200 juta, sedangkan AO untuk pembiayaan >Rp 200 juta);
- b. Mencari nasabah potensial yang layak diberikan fasilitas pembiayaan;
- c. Melakukan analisis untuk menentukan layak tidaknya pengajuan pembiayaan dari masyarakat;
- d. Bertanggung jawab atas kelancaran pengembalian dana yang telah disalurkan; dan

- e. Penagihan, pengawasan dan pembinaan terhadap nasabah yang telah memperoleh fasilitas pembiayaan dari bank.

j. Funding Officer

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Funding Officer adalah sebagai berikut :

1. Menawarkan dan menjual produk kepada nasabah yang ada dengan sebaik-baiknya.
2. Bertanggung jawab secara langsung kepada usaha terhadap hasil kinerja dan pencapaian target simpanan (DPK).
3. Melakukan kegiatan pemasaran untuk dana pihak ketiga (DPK).
4. Memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan cross selling kepada nasabah untuk mencapai tingkat kepuasan pelayanan nasabah.
5. Membuat rencana kunjungan kepada nasabah dalam rangka mencapai dana simpanan (DPK).
6. Menjaga hubungan yang baik (relationship) kepada nasabah agar dana simpanannya tidak keluar.
7. Melaksanakan tugas-tugas lainnya sesuai perintah atasan guna menunjang kegiatan bisnis bank.

k. Branch Operation Supervisor

Branch Operation Supervisor memiliki tugas sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab secara langsung kepada Operation Manager terhadap hasil kinerja dan aktivitas operasional serta pelayanan nasabah;

2. Membantu Operation Manager dalam fungsi tunai/teller, pelayanan nasabah dan operasional lainnya; dan
3. Mengkoordinir pelaksanaan transaksi layanan front liner sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dan tidak ada transaksi yang tertunda penyelesaiannya.

1. Teller

Teller memiliki tugas sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan transaksi tunai dan overbooking sesuai dengan sistem dan prosedur operasional PT. Bank BRISyariah Tbk Kantor Cabang Banjarmasin;
2. Melakukan perencanaan dan pengurusan kas bersama Operation Manager atau Branch Operation Supervisor cabang untuk mengutamakan kas bank serta memastikan pengurusan kas yang telah sesuai dengan sistem dan prosedur;
3. Mendokumentasikan dan memastikan kelengkapan bukti transfer tunai maupun overbooking sesuai kewenangan yang berlaku;
4. Menjaga kerahasiaan password yang dikelola Teller untuk memastikan tidak terjadi penyalahgunaan dalam rangka pengendalian risiko operasional;
5. Melakukan rekonsiliasi transaksi Teller untuk memastikan bahwa semua transaksi telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang berlaku;

6. Melakukan pembukuan, verifikasi awal dan akhir, memeriksa kelengkapan, jumlah dan keabsahan dokumen transaksi tunai maupun overbooking dan dokumen terkait;
7. Melaksanakan pemasaran penggunaan e-channel (ATM, EDC, dan e-channel lainnya) sesuai kewenangannya untuk optimalisasi penggunaan e-channel; dan
8. Melaksanakan tugas-tugas kedinasan dari atasan (BOS atau Pimpinan Cabang) sesuai dengan peran dan kompetensinya untuk mencapai target yang diterapkan secara efektif dan efisien.

m. Customer Service

Customer Service memiliki tugas sebagai berikut:

1. Memberikan layanan edukasi perbankan kepada nasabah atau calon nasabah yang akan menggunakan produk dan jasa perbankan di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah;
2. Mengumpulkan, menyediakan dan mengelola data internal dan eksternal terkait produk dan jasa perbankan serta informasi atau laporan yang diperlukan dalam rangka mendukung pencapaian kerja;
3. Menjaga kerahasiaan password yang dikelola customer service untuk memastikan tidak terjadi penyalahgunaan dalam mengendalikan risiko operasional;

4. Melaksanakan proses pemeriksaan, registrasi dan administrasi pinjaman, simpanan BRI Syariah Kantor Cabang dan jasa bank lainnya sesuai ketentuan yang berlaku;
5. Mengelola berkas pinjaman BRI Syariah Kantor Cabang beserta agunannya, berkas simpanan, dan jasa bank lainnya untuk memastikan kelengkapan dan tata tertib administrasi sesuai kewenangan yang berlaku;
6. Mengagendakan dan mendokumentasikan surat keluar dan surat masuk sesuai bidang tugasnya untuk memastikan surat atau dokumen yang didistribusikan atau diarsipkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan kepentingannya;
7. Melakukan pengelolaan dokumen, surat berharga sesuai ketentuan yang berlaku untuk menghindari penyalahgunaan surat berharga;
8. Mengelola ATM sebagai petugas ATM;
9. Melakukan pengelolaan logistik, administrasi pekerja sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
10. Pencapaian fee based-income (FBI) dari penjualan produk dan jasa perbankan lainnya serta e-banking dibandingkan dengan target;
11. Melakukan setting AGF pada rekening debitur dan memastikan bahwa semua pencairan realisasi pinjaman melalui rekening faedah sesuai dengan ketentuan yang berlaku; dan

12. Melaksanakan tugas-tugas kedinasan dari atasan (BOS atau Pimpinan Cabang) sesuai dengan peran dan kompetensinya untuk mencapai target yang ditetapkan secara efektif dan efisien.

n. General Affair

Tugas, wewenang dan tanggung jawab General Affair adalah sebagai berikut :

1. Mengelola administrasi dan data kepegawaian kantor cabang
2. Mengelola laporan keuangan dan kebenaran pembukuan seluruh transaksi kantor cabang.
3. Mengadakan sarana dan prasarana operasional dan kebutuhan kantor, seperti ATK, barang cetakan, brosur dan lain-lain.
4. Membantu pimpinan cabang dalam merekrut dan mengelola SDM, termasuk administrasi penggajian.

o. Financing Risk Manager

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Financing Risk Manager adalah melakukan review pembiayaan, mencermati setiap pengajuan pembiayaan yang melebihi kewenangan limit cabang untuk memutuskan yang akan diajukan ke komite kantor pusat

p. Back Office

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Back Office adalah sebagai berikut.

1. Menjalankan fungsi entry data, seperti membukukan transaksi memindah bukukan dan transaksi Back Office lainnya (pengisian data

long CIF, standing instruction (SI), perubahan data customer dan scanning KCTT)

2. Memproses transaksi dan pencairan pembiayaan (loan operation)
3. Membukukan serta memvalidasi tanda setoran yang diterima dari nasabah sesuai dengan jumlah waktu kliring.
4. Wajib melaksanakan encode dengan mesin encode.
5. Wajib menjumlah seluruh warkat kliring yang telah di encode dengan menggunakan mesin hitungan dilengkapi tellstruck dan harus cocok antara perubahan teller kliring, encode dan jumlah yang tertera di mesin hitung.

q. Penaksir Emas

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Penaksir Emas adalah sebagai berikut:

1. Menaksir dan memperhitungkan nilai harga emas sesuai dengan harga pasaran yang sedang berlaku.
2. Mengidentifikasi keaslian bobot dan karat.

r. Appraisal dan Investigasi

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Appraisal dan Investigasi adalah sebagai berikut :

1. Bertanggung jawab secara langsung kepada FSM terhadap hasil kinerja dan aktivitas penilaian jaminan.



2. Melakukan penilaian jaminan calon nasabah pembiayaan dan mengontrol kelengkapan dan pemenuhan syarat dokumen dalam proses penilaian jaminan pembiayaan.
3. Melakukan trade checking (investigation) terhadap nasabah, baik kepada supplier (pemasok) maupun kepada buyer (pembeli).

s. Legal Officer

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Legal Officer adalah sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab langsung kepada FSM terhadap hasil kinerja dan aktivitas terkait dengan aspek legalitas.
2. Memastikan kesesuaian dan kelengkapan dokumen-dokumen secara hukum terkait nasabah dan akad-akad atau pengikatan yang dilaksanakan.
3. Membuat analisa yuridis (legal review) atas permintaan unit bisnis terhadap dokumen-dokumen legalitas dan agunan calon nasabah.
4. Mempersiapkan draft akad pembiayaan dan berkoordinasi dengan notaris atau PPAT untuk proses pelaksanaan akad pembiayaan.
5. Memberikan masukan-masukan kepada Pimpinan Cabang dan unit bisnis mengenai aspek-aspek hukum terkait.

t. Financing Administration

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Financing Administration adalah sebagai berikut :

1. Bertanggung jawab secara langsung terhadap hasil kinerja dan administrasi pembiayaan.
2. Memastikan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan aspek administrasi pembiayaan telah sesuai dengan standar dan kebijakan yang berlaku.
3. Melakukan kegiatan pengawasan dokumentasi dan kualitas pembiayaan yang diberikan.
4. Mengelola dan membina hubungan dengan pihak ketiga terkait pembiayaan yang diberikan (pihak asuransi, notaris, dan Appraisal Independent).

u. Reporting and Custody

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Reporting and Custody adalah sebagai berikut.

1. Melakukan pengolahan data dan membuat laporan pembiayaan untuk kebutuhan internal maupun eksternal sesuai dengan standar dan kebijakan yang berlaku.
2. Melakukan BI Checking yang diajukan oleh AO.
3. Bertanggung jawab terhadap penyimpanan dan pengelolaan dokumen-dokumen nasabah, serta melakukan control terhadap masuknya dokumen nasabah yang dipinjam oleh AO atau bagian unit lainnya
4. Produk Bank Rakyat Indonesia Syariah

PT. BRI Syariah Menyediakan serangkaian produk dan jasa perbankan berbasis syariah sebagai berikut:

## **B. Penyajian Data**

### **3. Penerapan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di Bank BRISyariah KC Banjarmasin**

Berdasarkan informasi yang didapat penulis pada saat melakukan wawancara dengan narasumber yang paham mengenai strategi pemasaran yaitu marketing manager, peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran yang dilakukan Bank BRISyariah KC Banjarmasin.

Dan setelah diteliti lebih lanjut melalui wawancara maka diperoleh hasil-hasil temuan yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada Bank BRI Syariah KC Banjarmasin.

#### **a. Produk (*production*)**

mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa serta dukungan teknologi serta peralatan yang memadai Berdasarkan informasi dari bapak Supian Sauri “bahwa untuk pengelolaan produk di Bank BRI Syariah KC. Banjarmasin dalam melakukan strategi pemasaran pihak bank menyesuaikan produk yang dikeluarkan, yakni sesuai yang dibutuhkan nasabah salah satunya produk pendanaan. Biasanya bagian funding melakukan pemasaran produk kepada beberapa instansi untuk meningkatkan jumlah nasabah. Misalnya melakukan kerja sama dengan kampus UIN Antasari Banjarmasin, seperti melakukan pembayaran gaji dosen, pembayaran Uang Kuliah Tunggal(UKT), penyaluran dana beasiswa dan lain

sebagainya. Dan berdampak pada peningkatan jumlah nasabah yang melakukan pembukaan rekening serta mampu memanfaatkan pelayanan jasa yang tersedia.”

b. Harga (*price*)

suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan. (Ikatan Bankir Indonesia, 2018) Untuk strategi pemasaran dari penjelasan suatu produk di PT Bank BRISyariah KC Banjarmasin berdasarkan penjelasan bapak Supian Sauri “ditentukan dalam bentuk margin, bagi hasil, fee, atau uang jasa( ujah) , penghimpun dana dan jasa yang diberikan. Bagi hasil yang ditentukan dalam bentuk nisbah (porsi bagi hasil antara bank dengan nasabah) tidak mutlak menentukan besarnya pembagian bagi hasil, tetapi lebih ditentukan oleh kinerja bank. Bisa saja terjadi nasabah suatu bank dengan nisbah yang lebih besar mendapatkan realisasi bagi hasil yang lebih kecil dari bank yang menawarkan nisbah lebih kecil”

c. Promosi (*promotion*),

kegiatan promosi produksi dan jasa bank lebih banyak dilakukan melalui media massa cetak dan audiovisual, seperti majalah, surat kabar, dan televisi. Konsepnya berupa advertising, sales promotion, public relationship, sales training, serta marketing reasearch dan development, selain itu layanan yang optimal dapat pula menghasilkan promosi yang efektif melalui *word of mouth*, menurut bapak Supian Sauri “promosi bertujuan menginformasikan kehadiran

produk baru, brand awereness, ataupun mempertahankan penjualan produk sarana promosi yang biasa digunakan oleh bank adalah periklanan, promosi penjualan, publitas, serta penjualan pribadi“ Bank syariah sangat efektif jika melakukan propaganda melalui dakwah yang intensif dan terprogram serta marketing public relation lewat testimoni keunggulan berbagi hasil, berjual beli, bebas negatif *spread*, serta memberdayakan etnis atau kelompok tertentu setelah dibekali pengetahuan tentang bank syariah untuk melakukan penetrasi pasar dikalangan mereka

d. Fasilitas Fisik (physical evidence),

Menurut Bapak Supian Sauri “Fasilitas Fisik merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang lainnya.”

**4. Kendala-kendala strategi pemasaran**

**1. Perencanaan strategi pemasaran tidak matang.**

Perencanaan strategi pemasaran sering tidak diperhatikan oleh para wirausahawan. Mereka melakukan distribusi pemasaran produk miliknya tidak berdasarkan aspek-aspek pemasaran tertentu dan tanpa direncanakan terlebih dahulu. strategi pemasaran tidak dibuat secara matang akan menimbulkan pemasaran tidak diorientasikan kepada pelanggan dan membuat produk tersebut tidak laku dijual.

**2. Target pasar yang terlalu lebar**

Target pasar yang terlalu lebar pada dasarnya merupakan kesalahan di dalam perencanaan suatu usaha yang tidak dipertimbangkan terlebih dahulu. Para pebisnis biasanya menetapkan tujuan target pemasaran kepada semua orang, mereka hanya berpikiran hanya ingin memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya di dalam usahanya itu tanpa memikirkan faktor-faktor lainnya. Jikapun produk dan atau jasa yang ditawarkan bisa digunakan oleh semua orang, namun perlu kita ketahui tidak semua orang datang untuk membeli produk kita maka dari hal itu perlu ada spesifikasi pasar khusus untuk menempatkan produk kita dimana ditempat itu produk kita dibutuhkan oleh banyak orang.

### **3. Target pasar yang salah**

Target pasar yang salah merupakan suatu hal yang sering terjadi di dalam berwirausaha. Seharusnya perlu perencanaan yang matang sebelum menetapkan target pasar ataupun target konsumen. Para wirausahawan kadang menjual produknya ke sasaran konsumen yang tidak tepat, hal ini membuat produk yang ditawarkan tidak diminati oleh konsumen. Misalnya, seorang pengusaha menjual produk lukisan dan target pasarnya adalah masyarakat di daerah pemukiman yang mereka berpenghasilan pas-pas-an ataupun pada daerah kumuh. Sudah dapat dipastikan omset penjualan produk mereka akan sangat rendah.

### **4. Tidak melaksanakan bauran pemasaran (Marketing Mix) secara optimal.**

Yaitu tidak ada pengujian efektivitas iklan, harga, kemasan produk. Biasanya seorang wirausahawan di dalam pembuatan iklan tidak efektif atau dalam kata lain dapat disebutkan iklan yang dibuat tersebut tidak membuat para konsumen yang berpotensi sadar akan barang atau jasa tertentu dan kebutuhan mereka akan barang dan jasa tersebut selain hal tersebut para wirausahawan kita biasanya tidak bisa memahami kebutuhan pelanggan. Seorang wirausahawan kadang tidak mengetahui apa yang paling penting buat pelanggan atau

konsumennya. Walaupun, harga yang ditawarkan murah dan barangnya berkualitas, kadang seorang wirausaha tidak melaksanakan pelayanan yang baik cepat dan memuaskan. Selain hal tersebut kadang para wirausahawan tidak memperhatikan tempat atau lokasi di dalam hal penawaran produknya padahal hal ini sangatlah penting sebagai pendukung tingginya tingkat penghasilan para wirausahawan.

### **5. Masalah pemasaran yang dipengaruhi oleh harga.**

Yang merupakan bagian dari bauran pemasaran, wirausahawan kita di dalam penawaran harga produknya sering memberikan penawaran harga yang tidak terjangkau, ataupun yang terjadi adalah kesalahan penetapan harga oleh para wirausaha. Dan menganggap harga merupakan variabel terpisah dari bauran pemasaran yang lain, bukan merupakan unsur intrinsik dari segi penentuan posisi pasar

### **C. Analisis Data**

#### **1. Strategi pemasaran Bank BRI Syariah KC Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah**

##### **a. Produk (*production*)**

mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa serta dukungan teknologi serta peralatan yang memadai Berdasarkan informasi dari bapak Supian Sauri “bahwa untuk pengelolaan produk di Bank BRI Syariah KC. Banjarmasin dalam melakukan

strategi pemasaran pihak bank menyesuaikan produk yang dikeluarkan, yakni sesuai yang dibutuhkan nasabah salah satunya produk pendanaan. Biasanya bagian funding melakukan pemasaran produk kepada beberapa instansi untuk meningkatkan jumlah nasabah. Misalnya melakukan kerja sama dengan kampus UIN Antasari Banjarmasin, seperti melakukan pembayaran gaji dosen, pembayaran Uang Kuliah Tunggal(UKT), penyaluran dana beasiswa dan lain sebagainya. Dan berdampak pada peningkatan jumlah nasabah yang melakukan pembukaan rekening serta mampu memanfaatkan pelayanan jasa yang tersedia.”

b. Harga (*price*)

suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan.(Ikatan Bankir Indonesia, 2018)

Untuk strategi pemasaran dari penjelasan suatu produk di Bank BRI Syariah KC Banjarmasin berdasarkan penjelasan bapak Supian Sauri “ditentukan dalam bentuk margin, bagi hasil, fee, atau uang jasa( ujah) , penghimpun dana dan jasa yang diberikan.

Bagi hasil yang ditentukan dalam bentuk nisbah (porsi bagi hasil antara bank dengan nasabah) tidak mutlak menentukan besarnya pembagian bagi hasil, tetapi lebih ditentukan oleh kinerja bank. Bisa saja terjadi nasabah suatu bank dengan nisbah yang lebih besar mendapatkan realisasi bagi hasil yang lebih kecil dari bank yang menawarkan nisbah lebih kecil”

c. Promosi (*promotion*),



kegiatan promosi produksi dan jasa bank lebih banyak dilakukan melalui media massa cetak dan audiovisual, seperti majalah, surat kabar, dan televisi. Konsepnya berupa advertising, sales promotion, public relationship, sales training, serta marketing research dan development, selain itu layanan yang optimal dapat pula menghasilkan promosi yang efektif melalui *word of mouth*, menurut Bapak Supian Sauri “promosi bertujuan menginformasikan kehadiran produk baru, brand awareness, ataupun mempertahankan penjualan produk sarana promosi yang biasa digunakan oleh bank adalah periklanan, promosi penjualan, publisitas, serta penjualan pribadi“ Bank syariah sangat efektif jika melakukan propaganda melalui dakwah yang intensif dan terprogram serta marketing public relation lewat testimoni keunggulan berbagi hasil, berjual beli, bebas negatif *spread*, serta memberdayakan etnis atau kelompok tertentu setelah dibekali pengetahuan tentang bank syariah untuk melakukan penetrasi pasar dikalangan mereka

d. Fasilitas Fisik (*physical evidence*),

Menurut Bapak Supian Sauri “Fasilitas Fisik merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang lainnya.”

**2. kendala yang dihadapi bank bri syariah KC banjarmasin dalam melakukan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah**

1. Perencanaan strategi pemasaran tidak matang.

Menurut Bapak Supian Sauri “Perencanaan strategi pemasaran sering tidak diperhatikan oleh para pemilik perusahaan.” Mereka melakukan distribusi pemasaran produk miliknya tidak berdasarkan aspek-aspek pemasaran tertentu dan tanpa direncanakan terlebih dahulu. strategi pemasaran tidak dibuat secara matang akan menimbulkan pemasaran tidak diorientasikan kepada pelanggan dan membuat produk tersebut tidak laku dijual.

## 2. Target pasar yang terlalu lebar

Target pasar yang terlalu lebar pada dasarnya merupakan kesalahan di dalam perencanaan suatu usaha yang tidak dipertimbangkan terlebih dahulu. para pebisnis biasanya menetapkan tujuan target pemasaran kepada semua orang, mereka hanya berpikiran hanya ingin memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya di dalam usahanya itu tanpa memikirkan faktor-faktor lainnya. jikapun produk dan atau jasa yang ditawarkan bisa digunakan oleh semua orang, dan di dukung Bapak Supian Sauri “perlu kita ketahui tidak semua orang datang untuk membeli produk kita maka dari hal itu perlu ada spesifikasi pasar khusus untuk menempatkan produk kita dimana ditempat itu produk kita dibutuhkan oleh banyak orang.”

## 3. Target pasar yang salah

Target pasar yang salah merupakan suatu hal yang sering terjadi di dalam berwirausaha. Di dukung dengan perkataan Bapak Sauri “Seharusnya perlu perencanaan yang matang sebelum menetapkan target pasar ataupun target konsumen. para wirausahawan kadang menjual produknya ke sasaran konsumen yang tidak tepat, hal ini membuat produk yang ditawarkan tidak diminati oleh

konsumen.” Misalnya, seorang pengusaha menjual produk lukisan dan target pasarnya adalah masyarakat di daerah pemukiman yang mereka berpenghasilan pas-pas-an ataupun pada daerah kumuh. Sudah dapat dipastikan omset penjualan produk mereka akan sangat rendah.

#### 4. Tidak melaksanakan bauran pemasaran (Marketing Mix) secara optimal.

Yaitu tidak ada pengujian efektivitas iklan, harga, kemasan produk. Biasanya seorang wirausahawan di dalam pembuatan iklan tidak efektif atau dalam kata lain dapat disebutkan iklan yang dibuat tersebut tidak membuat para konsumen yang berpotensi sadar akan barang atau jasa tertentu dan kebutuhan mereka akan barang dan jasa tersebut selain hal tersebut para wirausahawan kita biasanya tidak bisa memahami kebutuhan pelanggan. Berdasarkan informasi dari Bapak Supian Sauri “Seorang wirausahawan kadang tidak mengetahui apa yang paling penting buat pelanggan atau konsumennya. Walaupun, harga yang ditawarkan murah dan barangnya berkualitas, kadang seorang wirausaha tidak melaksanakan pelayanan yang baik cepat dan memuaskan” Selain hal tersebut kadang para wirausahawan tidak memperhatikan tempat atau lokasi di dalam hal penawaran produknya padahal hal ini sangatlah penting sebagai pendukung tingginya tingkat penghasilan para wirausahawan.

#### 5. Masalah pemasaran yang dipengaruhi oleh harga.

Yang merupakan bagian dari bauran pemasaran, berdasarkan pendapat Bapak Supian Sauri “wirausahawan kita di dalam penawaran harga produknya sering memberikan penawaran harga yang tidak terjangkau, ataupun yang terjadi adalah kesalahan penetapan harga oleh para wirausaha. Dan menganggap harga

merupakan variabel terpisah dari bauran pemasaran yang lain, bukan merupakan unsur intrinsik dari segi penentuan posisi pasar.”