

## **BAB IV**

### **LAPORAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin**

##### **1. Latar Belakang Berdirinya Bank BNI Syariah**

Sejarah berdiri pada tahun 1946, Bank Negara Indonesia (BNI), merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh pemerintah Indonesia. Bank Negara Indonesia mulai mengedarkan alat pembayaran resmi pertama yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia, yakni ORI atau Orang Republik Indonesia, pada malam menjelang tanggal 30 Oktober 1946, hanya beberapa bulan sejak pembentukannya. Hingga kini, tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Keuangan Nasional, sementara hari pendiriannya yang jatuh pada tanggal 15 Juli ditetapkan sebagai Hari Bank Nasional.

Menyusul penunjukam *De Javashe Bank* yang merupakan warisan dari pemerintah Belanda sebagai bank sentral pada tahun 1949, pemerintah membatasi peranan bank negara Indonesia sebagai Bank Sirkulasi atau Bank Sentral. Bank Negara Indonesia lalu ditetapkan sebagai Bank Pembangunan, dan kemudian diberikan hak untuk bertindak sebagai bank devisa, dengan akses langsung untuk transaksi luar negeri. Sehubungan dengan penambahan modal pada tahun 1955, status Bank Negara Indonesia diubah menjadi bank komersial milik pemerintah. Perubahan ini melandasi pelayanan yang lebih baik dan luas bagi sektor usaha nasional.

Sejalan dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian dari identitas perusahaan, nama Bank Negara Indonesia 1946 resmi digunakan

mulai akhir tahun 1968. Perubahan ini menjadikan bank negara Indonesia lebih dikenal sebagai “BNI 46”. Kemudian karena ingin menggunakan nama panggilan yang lebih mudah diingat maka dirubah menjadi “Bank BNI” bersama dengan perubahan identitas perusahaan tahun 1988. Tahun 1992, status hukum dan nama BNI berubah menjadi PT Bank Negara Indonesia (persero), sementara keputusan untuk menjadi perusahaan publik diwujudkan melalui penawaran saham perdana di pasar modal pada tahun 1996 dan PT Bank Negara Indonesia (Persero), kini berubah menjadi PT Bank Negara Indonesia, Tbk. Kemampuan BNI untuk beradaptasi terhadap perubahan dan kemajuan lingkungan, sosial budaya serta teknologi dicerminkan melalui penyempurnaan identitas perusahaan yang berkelanjutan dari masa kemasa. Hal ini juga menegaskan dedikasi dan komitmen BNI terhadap perbaikan kualitas kinerja secara terus-menerus.

Pada tahun 2004, identitas perusahaan yang diperbaharui mulai digunakan untuk menggambarkan prospek masa depan yang lebih baik, setelah keberhasilan mengarungi masa-masa yang sulit. Sebutan ‘Bank BNI’ dipersingkat menjadi ‘BNI’, sedangkan tahun pendirian yaitu “46” digunakan dalam logo perusahaan untuk meneguhkan kebanggaan sebagai bank nasional pertama yang lahir pada era Negara Kesatuan Republik Indonesia. Berangkat dari semangat perjuangan yang berakar pada sejahteranya, BNI bertekad untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi negeri, serta senantiasa menjadi kebanggaan negara.

Dengan berlandaskan pada Undang-undang No. 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 kantor cabang dan 31 kantor cabang pembantu.

Di samping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*Office channeling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketahui oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Di dalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa spek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan-pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

September 2013 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 64 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 16 Payment Point.<sup>1</sup>

Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan syariah. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin terletak di jalan Ahmad Yani KM. 4,5 No. 385 Banjarmasin. Bangunan BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yang terdiri dari tiga lantai, yaitu lantai dasar yang terdiri dari ruangan Consume Sales, ruangan Prima nasabah, Mushola dan Toilet. Lantai dua yang terdiri dari ruang Branch Manager, ruangan SME Financing, Operasional Manager, ruangan Customer Service dan Toilet. Lantai tiga terdiri dari ruangan Operasional, ruang General Affair, ruangan Consumer Processing, Mushola, Dapur dan dua Toilet. Selain itu terdapat pula satu buah Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan satu buah pos penjaga keamanan yang terletak di halaman depan kantor. Sekarang BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin memiliki dua cabang pembantu yaitu di Sungai Danau dan Batu Licin.<sup>2</sup>

## **2. Visi dan Misi Bank BNI Syariah**

Mewujudkan suatu visi, maka harus didukung dengan suatu misi. Misi merupakan sebuah pernyataan yang menegaskan visi, yang memaparkan secara garis besar, langkah-langkah yang diambil untuk mencapai visi dan sesuai visinya Bank BNI KCS Banjarmasin terus-menerus melakukan perbaikan dalam layanan dan kinerja dengan serangkaian *training* dan motivasi

---

<sup>1</sup><http://www.bnisyariah.co.id> diakses tanggal 28 April 2015

<sup>2</sup> Dian, Bagian Umum BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 04 Mei 2015.

untuk meningkatkan mutu serta kualitas layanan yang akan diberikan kepada masyarakat.

**a. Visi**

Visi Bank Bni Syariah adalah sebagai berikut:

“Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”.

**b. Misi**

Misi dari Bank BNI kantor cabang Syariah Banjarmasin adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberi solusi kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

Di dalam mencapai misinya, BNI KCS Banjarmasin selalu berupaya memberikan layanan yang baik bagi nasabah/mudharib mulai dari memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat, sampai memelihara (*maintaince*) hubungan baik dengan nasabah/mudharib.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.bni-syariah.co.id/visi-dan-misi> diakses tanggal 28 Mei 2015

### 3. Budaya Kerja Bank BNI Syariah

Budaya kerja adalah nilai-nilai (*value*) dan keyakinan (*believe*) yang menjadi pedoman dalam perilaku, yang dinilai penting bagi kelangsungan suatu organisasi. Organisasi yang unggul dan bertahan dalam jangka waktu yang lama terbukti merupakan organisasi yang memiliki budaya kerjayang memiliki budaya kerja yang kokoh serta serta menunjang visi organisasi.

Budaya kerja Bank BNI Syariah adalah sebagai berikut:

#### a. Amanah

Menjalankan tugas dan kewajiban dengan penuh tanggung jawab untuk memperoleh hasil yang optimal, professional dalam menjalankan tugas, memegang teguh komitmen dan bertanggung jawab, jujur, adil dan dapat dipercaya, serta menjadi teladan yang baik bagi lingkungan.

#### b. Jama'ah

Bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban, bekerjasama secara rasional dan sistematis, saling mengingatkan dengan satuan, bekerjasama dengan dalam kepemimpinan yang efektif.<sup>4</sup>

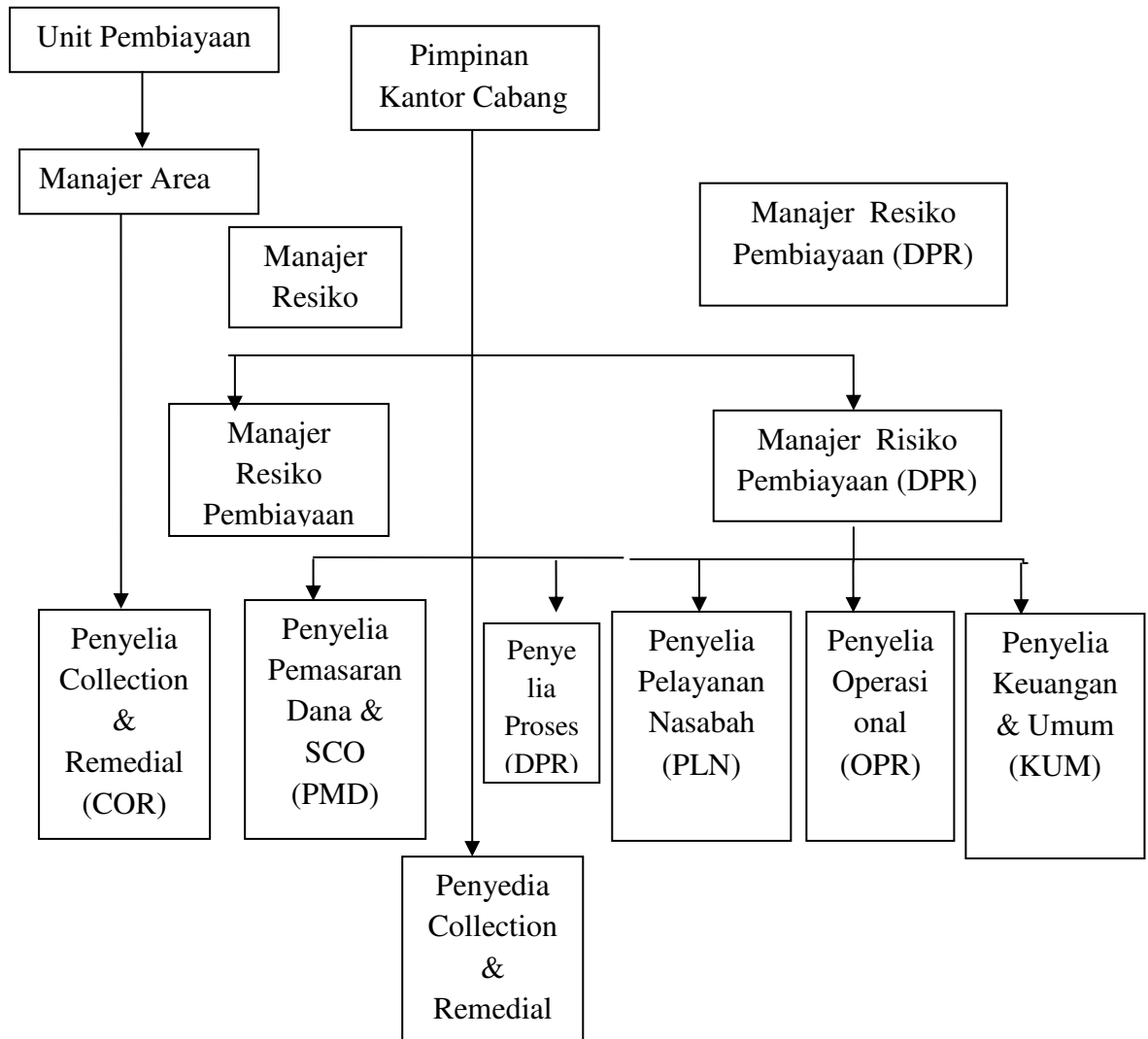
### 4. Struktur Organisasi dan *Job Description*

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan tegas mengenai pola hubungan kerja, wewenang serta tanggung jawab dalam organisasi, maka biasanya akan disusun dan diatur dalam suatu struktur organisasi pada Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

---

<sup>4</sup><http://www.bloggerwin.com/2011/08/bni-syariah.html> diakses tanggal 28 Mei 2015.

## Struktur Organisasi Bank BNI Syariah Banjarmasin



Berdasarkan struktur organisasi tersebut, maka dapat diketahui *job description* sebagai berikut:

a. *Branch Manajer* (BM)

- 1) Memimpin dan bertanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas kantor cabang syariah dan kantor cabang pembantu syariah terutama dalam hal meningkatkan kualitas *assets* dan *liabilities*, mutu layanan yang unggul terhadap nasabah, pengembangan dan pengendalian usaha serta pengelolaan administrasi cabang sehingga dapat memberikan kontribusi laba yang nyata terhadap BNI.
- 2) Bertanggung jawab sepenuhnya untuk membina dan mengembangkan kepegawaian kantor cabang syariah dan kantor cabang pembantu syariah dalam usaha meningkatkan prestasi dan mutu kerja para pegawai.
- 3) Memimpin jawab sepenuhnya atas pelaksanaan fungsi manajemen secara optimal melalui pembentukan komite-komite yang melibatkan kantor cabang syariah dan kantor cabang pembantu syariah secara berkesinambungan sehingga berjalan dan berfungsi secara efektif.
- 4) Memimpin dan berperan aktif terhadap perkembangan implementasi *Office Channeling* produk BNI Syariah pada Kantor Cabang Konvensional di bawah kelolaannya.



- 5) Memimpin dan bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan prinsip mengenal nasabah (PMN) atau *Know YourCustomer* (KYC) sesuai ketentuan yang berlaku di Kantor Cabnag Syariah dan Kantor Cabang Pembantu Syariah.

b. *Operational Manajer* (OM)

- 1) Memimpin, membina, mengembangkan dan bertanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas pelayanan nasabah di kantor cabang syariah dengan mengupayakan pelayanan yang optimal sesuai prosedur yang berlaku.
- 2) Memimpin dan berpartisipasi aktif terhadap unit yang dikelolanya dalam memantau dan memastikan perbaikan/penyempurnaan atas temuan hasil pemeriksaan audit (internal/eksternal) telah dilakukan sesuai dengan rencana/saran perbaikan/penyempurnaan yang diberikan oleh auditor.
- 3) Memastikan brosur dan alat promosi terpasang secara rapi dan lengkap, sesuai standar BNI Syariah.
- 4) Memimpin dan mengelola kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produk dana BNI Syariah yang dilakukan oleh para penyelia dan asisten di unit pelayanan nasabah.

c. *Customer Services* (CS)

- 1) Pemberian informasi mengenai produk BNI Syariah, syarat-syarat pembukaan rekening dan melayani pertanyaan nasabah mengenai penyelesaian transaksi atau saldo.

- 2) Administrasi dan pembagian rekening koran nasabah secara langsung atau lewat kurir/pos.
- 3) Administrasi pemberian buku cek/bilyet giro, mengelola formulir dan produk/jasa BNI Syariah.
- 4) Perbaikan/penyempurnaan hasil temuan audit.
- 5) Pembuatan laporan ke BI tentang giro *wadiah*, tabungan *mudharabah*, dan deposito berjangka.

d. *Operasional Head* (OH)

- 1) Mengelola Administrasi pembiayaan dan portopel pembiayaan.
- 2) Memantau proses pemberian pembiayaan.
- 3) Melakukan percetakan surat keputusan, pembiayaan (SKP).
- 4) Mempersiapkan proses penandatanganan SKP.
- 5) Berperan aktif dalam melaksanakan program APU (Anti Pencucian Uang) dan PPT (Pencegahan Pendanaan Terorisme) di kantor cabang.

e. *General Affair Head* (GFH)

- 1) Mengelola sistem otomatis di kantor cabang dan kantor pelyanan.
- 2) Mengelola kebenaran dan sistem transaksi keuangan kantor cabang syariah dan cabang pembantu syariah.
- 3) Mengelola laporan harian sistem kantor cabnag syariah dan cabang pembantu syariah.
- 4) Mengendalikan transaksi pembukuan kantor cabang syariah dan cabang pembantu syariah.

- 5) Mengelola laporan kantor cabang syariah.
  - 6) Membantu penyelesaian temuan SPI maupun BQA.
  - 7) Berpartisipasi aktif dalam gugus tugas khusus dalam komite yang dibentuk oleh pimpinan cabang dan layanan.
  - 8) Mengelola dokumentasi dan database kepegawaian cabang.
  - 9) Mengadministrasikan dan mengkomplikasikan dan catatan absensi dan cuti pegawai.
  - 10) Mengadakan koordinasi dalam penyusunan rencana kerja dan anggaran kantor cabang.
- f. *SME Financing Head (SFH)*
- 1) Memasarkan seluruh produk pembiayaan produktif ritel dan pembiayaan konsumtif (kecuali *Rahn*).
  - 2) Memeriksa kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan produktif ritel dan pembiayaan konsumtif.
  - 3) Melakukan *Croos Selling* untuk produk-produk BNI Syariah.
  - 4) Berperan aktif dalam menyelesaikan temuan pemeriksaan audit internal dan eksternal BNI Syariah.
- g. *Consumer Sales Head (CSH)*
- 1) Mengumpulkan dan melakukan verifikasi data.
  - 2) Melakukan transaksi dan plotting jaminan.
  - 3) Melakukan analisa pembiayaan (*BFM/Analysy Scoring*) pengusulan dan surat kepengurusan pembiayaan.
- h. *Consumer Processing Head (CPH)*

- 1) Menyusun rencana kerja.
- 2) Mengadakan/menghadiri pertemuan dengan nasabah/calon nasabah.
- 3) Memantau realisasi program dan rencana kerja pemasaran dana.
- 4) Penyelenggaraan administrasi/file kegiatan pemasaran dana.

i. *Teller*

- 1) Melayani semua jenis transaksi kas/tunai, pemindahan, setoran kliring dalam rangka memberikan pelayanan transaksi keuangan terbaik kepada nasabah.
- 2) Melayani kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produk jasa/transaksi yang dikelola oleh kantor besar atau pihak ketiga lainnya, laporan transaksi sesuai dengan standar layanan BNI Syariah.
- 3) Memastikan akurasi setiap transaksi.

j. *Administrasi Assistant (ADA)*

- 1) Mengelola sistem otomatis dikantor cabang syariah dan cabang pembantu syariah.
- 2) Mengelola kebenaran dan sistem transaksi keuangan cabang syariah dan cabang pembantu.
- 3) Mengelola laporan harian sistem kantor cabang syariah dan cabang pembantu.
- 4) Transportasi dan penyelenggaraan administrasi umum dan kearsipan.

## **1. Produk dan Layanan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin**

Produk dan layanan yang ditawarkan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah sebagai berikut:

- 1) Tabungan iB Hasanah
- 2) Tabungan iB Prima Hasanah
- 3) Tabungan iB Bisnis Hasanah
- 4) Tabungan iB Tunas Hasanah
- 5) Tabungan iB THI Hasanah
- 6) Tabungan iB Tapenas Hasanah
- 7) Tapenas Griya Hasanah
- 8) Giro iB Hasanah
- 9) Deposito iB Hasanah
- 10) Wirausaha iB Hasanah
- 11) Pembiayaan Emas iB Hasanah
- 12) Flexi iB Hasanah
- 13) Multiguna iB Hasanah

## **B. Penyajian dan Analisis Data**

### **1. Penyajian Data**

Setelah data yang diperlukan terkumpul dengan teknik wawancara, maka langkah selanjutnya dapat diuraikan hasil penelitian tentang Strategi Penghimpunan Dana Produk Tabungan iB Hasanah Pada Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Adapun identitas responden yang diwawancarai sebagai berikut:

## a. Identitas responden I

Nama : Aisyah Najihah  
 No. Telp : 0821 5059 9992  
 Pend Terakhir : S1 Ekonomi

*Uraian data*

Saudari Aisyah mengatakan tentang strategi penghimpunan dana produk tabungan iB Hasanah pada Bank BNI syariah kantor cabang Banjarmasin bahwa strategi yang mereka gunakan adalah strategi sosialisasi yang langsung terjun ke lapangan. Adapun kendala yang dihadapi dari faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut:

## 1) Faktor internal

Adanya persaingan antar bank terutama bank konvensional yang lebih mendominasi publik dibandingkan bank syariah. Namun, untuk sesama bank syariah sendiri saling mendukung satu sama lain.

## 2) Faktor eksternal

Minimnya pengetahuan masyarakat itu sendiri tentang bank syariah sehingga sedikit menyulitkan kami dalam bersosialisasi.<sup>5</sup>

## b. Identitas responden II

Nama : Muhammad Khairiyadi  
 No. Telp : 0821 4814 1911  
 Pend Terakhir : S1 Ekonomi

---

<sup>5</sup> Aisyah Najihah, Bagian Penghimpunan Dana bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin. *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin 01 Mei 2015.

*Uraian data*

Saudara Yadi mengatakan strategi penghimpunan dana produk tabungan iB Hasanah pada Bank BNI syariah kantor cabang Banjarmasin bahwa strategi yang mereka gunakan adalah membuka stand di daerah yang strategis seperti di Manara Pantau (siring) di Banjarmasin. Adapun kendala yang di hadapi dari faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut:

1) Faktor internal

Belum ada anggaran dana untuk bersosialisasi ke instansi-instansi seperti sekolah, kampus, instansi pemerintahan dan lain-lain.

2) Faktor eksternal

Banyaknya instansi-instansi yang sudah bekerjasama dengan bank lain terutama bank konvensional yang bekerjasama dengan instansi pemerintah. Sehingga sasaran target bank berkurang terhadap instansi tersebut.<sup>6</sup>

c. Identitas responden III

Nama : Miftahul Fazri

No. Telp : 0853 4906 2101

Pend Terakhir : S1 Ekonomi

*Uraian data*

---

<sup>6</sup>Muhammad Khairyadi, Bagian Penghimpunan Dana pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*. Banjarmasin 12 Mei 2015.

Saudara Fazri mengatakan tentang strategi penghimpunan dana produk tabungan iB Hasanah pada Bank BNI syariah kantor cabang Banjarmasin bahwa strategi yang mereka gunakan adalah mengunjungi instansi-instansi seperti sekolah, dinas yang belum bekerjasama dengan bank lain, kampus dan lain-lain. Adapun kendala yang di hadapi dari faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut:

1) Faktor internal

Belum tersosialisasi secara menyeluruh produk tabungan iB Hasanah seperti ke desa-desa terpencil, disebabkan akses jalan yang sulit dilalui, sehingga sosialisasinya belum maksimal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

2) Faktor eksternal

Belum ada strategi komunikasi, baik itu media cetak, radio, koran, iklan dan lainnya yang khusus memperkenalkan produk tabungan iB Hasanah yang berkelanjutan bukan hanya momentum saja, misalnya saat bulan ramadhan.<sup>7</sup>

**TABEL 4.1 MATRIKS TENTANG STRATEGI DAN KENDALA**

No	Nama	Jabatan	Strategi	Kendala	
				Internal	Eksternal
1	Aisya Najiha	<i>Share Funding Executive</i>	Strategi sosialisasi yang	Adanya persaingan antar bank	Minimnya pengetahuan masyarakat

<sup>7</sup> Miftahul Fazri, Bagian Penghimpunan Dana pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin 20 Mei 2015.



			langsung terjun ke lapangan		itu sendiri tentang bank syariah
2	M.Kha iryadi	<i>Share Funding Executive</i>	Membuka stand di daerah yang strategis	Belum ada anggaran dana untuk bersosialisasi	Banyaknya instansi yang sudah bekerjasama dengan bank lain
3	Miftah ul Fazri	<i>Share Funding Executive</i>	mengunjungi instansi-instansi	Belum tersosialisasi secara publik produk tabungan iB Hasanah	Belum ada strategi komunikasi, baik itu media cetak, radio, koran, iklan

Dari hasil penelitian tentang strategi penghimpunan dana produk tabungan iB Hasanah pada bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin adalah mengadakan sosialisasi ke dinas-dinas tentang produk penghimpunan dana seperti Tabungan iB Hasanah yang menggunakan akad *wadiah* dan *mudharabah*. Memberikan pelayanan dengan sepenuh hati, memberikan pelayanan prima kepada nasabah tanpa membeda-bedakan Suku, Ras, dan Agama. Tempat yang sangat strategis (dipinggir kota/jalan), jasa dijangkau dari segala tempat pusat kota. Memberikan sistem bagi hasil yang kompetitif yang mempunyai daya saing dengan bank-bank lainnya.

Menjelaskan produk-produk Bank Syariah, yang ditawarkan dibank tersebut termasuk istilah-istilah produk, keunggulan dan manfaatnya dan standarisasi nama produk akad mempermudah nasabah dalam memilih produk-produk mana saja yang sesuai dengan kebutuhannya

Program peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh SDM yang kompetensi dan penyediaan teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan.

Menerapkan visi baru pembangunan dari tahun ketahun membangun pemahama masyarakat tentang perbankan dan bank sebagai *Beyond Banking*, dengan perbankan industri perbankan syariah yang cukup pesat. Dipastikan produk perbankan syariah khususnya di bidang penghimpunan dana (*funding*) sebagai salah satu sektor pendukung pertumbuhan perbankan syariah akan ada di posisi yang cukup baik dan terus meningkat seiring dengan dengan meningkatkan pertumbuhan perbankan.

Program pencitraan baru perbankan syariah yang meliputi aspek *positioning*, *differentiation*, dan *branding*, *positioning* baru bank syariah sebagai perbankan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, aspek diferensiasi dengan keunggulan komputitif dengan produk dan skema yang beragam, transparan, komputen dalam keuangan dan beretika, teknologi informasi yang selalu *update* dan *userfriendly* serta adanya ahli investasi keuangan syariah yang memadai. Sedangkan pada aspek *Branding* adalah "bank syariah lebih dari sekedar bank atau *beyond banking*". Dengan pencitraan yang baik di msyarakat, di harapkan dapat memberikan kesan yang baik sehingga dapat menarik masyarakat untuk menggunakan produk-produk perbankan syariah.

Program pemetaan baru secara lebih akurat terhadap potensi pasar perbankan syariah yang secara umum mengarahkan pelayanan jasa bank syariah sebagai sebagai layana universal atau bank bagi semua lapisan masyarakat dan

semua segmen sesuai dengan strategi masing-masing bank syariah. Dengan sistem pemetaan, diharapkan dapat mempermudah pengelolaan bank syariah sehingga dapat meoptimalkan pelayanan jasa di masyarakat sehingga menimbulkan kesan baik dan menarik minat masyarakat dalam produk perbankan syariah.

Program pengembangan produk yang di arahkan kepada variasi produk yang beragam yang didukung oleh *value* yang di tawarkan saling menguntungkan dan didukung jaringan kantor yang luas dan penggunaan standar nama produk yang mudah di pahami.dengan banyak variasi produk yang di tawarkan Bank BNI Syariah kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah, akan mempermudah dalam pengelolaan dana nasabah sehingga dapat menghasilkan dana yang sesuai dengan yang di harapkan dan dengan penggunaan standarisasi nama produk akan mempermudah nasabah untuk menggunakan produk apa saja yang di gunakan oleh nasabah yang paling cocok.

Program peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh SDM yang kompeten dan penyediaan teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah serta mampu mengkomunikasikan produk dan jasa Bank Syariah kepada nasabah secara benar, jelas, dan memenuhi prinsip syariah. Dengan SDM yang professional, diharap industri perbankan syariah dapat tumbuh dengan pesat, dan pelayanan terhadap nasabah pun terus meningkat.

Program sosialisasi dan edukasi masyarakat secara lebih luas dan efisien melalui sarana komunikasi langsung (media cetak, elektronik, *online*), yang bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang kemanfaatan produk serta jasa perbankan syariah yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Dengan munculnya

pemahaman masyarakat akan produk syariah nantinya akan menambah keinginan masyarakat untuk menggunakan produk-produk yang mereka butuhkan.

1. Adapun masalah yang dihadapi dalam pertumbuhan perbankan syariah yang berkaitan dengan penghimpunan dana adalah sebagai berikut:
  - a. Permasalahan keterjangkauan jaringan yang masih rendah dan belum merata di seluruh propinsi di Indonesia hal ini menyebabkan masalah kesulitan dalam menggunakan produk-produk perbankan syariah khususnya dalam produk penghimpunan dana sehingga perkembangan penghimpunan dana terhambat.
  - b. Nasabah yang tidak loyal kepada bank syariah. Yakni nasabah yang menggunakan jasa keuangan syariah dengan melihat keuntungan semata, dengan mempe rbandingkan tingkat return antara bank syariah dengan bank konvensional, dan kurangnya pengetahuan masyarakat dalam produk perbankan syariah.
  - c. Kurangnya pemasaran dan promosi. Kurangnya pemasaran mengakibatkan masyarakat sulit untuk mendapatkan produk-produk perbankan syariah dalam hal ini produk-produk penghimpunan dana (funding). Perbankan syariah tidak sempurna, sehingga mengurangi minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk penghimpunan dana.
  - d. Kurangnya sosialisasi dan edukasi, membuat pemahaman masyarakat akan produk perbankan syariah menjadi baur, sehingga pengetahuan masyarakat (calon nasabah) akan perbankan syariah secara keseluruhan tidak

sempurna bahkan tidak ada. Sama sekali sehingga mengurangi minat masyarakat produk penghimpunan dana.

## **2. Analisis Data**

Sesuai dengan penyajian data di atas, maka penulis akan menganalisis temuan tersebut sesuai dengan sistematika urutan penyajian di atas, adapun analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

### **a. Strategi penghimpunan dana pada Produk Tabungan iB Hasanah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin**

Sebagaimana yang telah di paparkan di penyajian data di atas, Produk Tabungan iB Hasanah adalah produk yang bergerak dalam penghimpunan dana yang menggunakan akad *mudarabah* dan *wadi'ah* (bagi-hasil dan titipan).

Penghimpunan merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, seperti pemasaran untuk mengembangkan dan mendapatkan laba. Suatu produk baik barang atau pun jasa yang bersifat konsumtif maupun produktif sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam bisnis guna dapat mempertahankan bisnis tersebut dalam persaingan pasar yang sangat ketat. Oleh sebab itu, perusahaan sangat penting memiliki strategi-strategi pemasaran yang efektif dalam menghimpun dana. Strategi merupakan kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan dan kebijakan yang di gunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (pengembangan produk, peningkatan

kualitas, pencitraan, dan pemetaan sosialisasi) dengan peluang pasar sasaran guna mencapai sasaran usaha. Strategi dalam rangka meningkatkan pertumbuhan penghimpunan dana dalam produk Tabungan iB Hasanah BNI Syariah. Sesuai dengan penjelasan dari Bapak M. Khairyadi karyawan dari Bank BNI Syariah mereka menerapkan strategi sosialisasi dengan cara membagikan brosur langsung kepada masyarakat. Menurut saya kurang efektif karena menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan strategi yang diterapkan oleh bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin hanya mengadakan sosialisasi kepada masyarakat yang bersifat sementara seperti melakukan promosi dengan cara membuka stand di menara Pandang (siring Banjarmasin) pada hari minggu saja. Dan membagikan brosur kepada masyarakat, tidak menutup kemungkinan dari semua orang itu bisa membaca serta langsung ada respon langsung dari masyarakat tersebut. Serta mereka lebih mem-maintenance (menjaga) nasabah agar tetap menjadi nasabah yang loyal.

Perusahaan atau bank dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat baik itu dengan promosi, sosialisasi maupun kerjasama, atau melalui media masa dan lain-lain. Tentunya itu untuk meningkatkan daya jual beli yang tinggi agar produk tersebut tetap bertahan dan berkembang. Bank tidak hanya mencari keuntungan semata

tetapi juga memberikan kepuasan nasabah, serta memberikan manfaat untuk masyarakat.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling tidak ada tiga macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh bank dalam mempromosikan produk maupun jasa. Termasuk Produk Tabungan iB Hasanah.

Strategi komunikasi juga sangat diperlukan dalam memasarkan produk melalui beberapa media komunikasi yang tersedia seperti surat kabar, iklan radio, iklan televisi, penyebaran poster-poster ke lokasi strategis, pembuatan souvenir dan sosialisasi langsung kemasyarakat secara berkelanjutan. Agar nasabah mau memilih bank syariah sebagai tempat untuk bertransaksi, baik menyimpan dana maupun melakukan pembiayaan atau transaksi lainnya. Strategi komunikasi jangan dilakukan hanya bersifat momentum saja. Contohnya penayangan iklan-iklan perbankan syariah di media cetak dan elektronik yang sebagian besar dilakukan ketika bulan ramadhan (30 hari saja), selanjutnya setelah bulan ramadhan selesai iklannya tidak ada lagi.

Iklan adalah sarana promosi yang dilakukan oleh bank seperti sosialisasi kepada dinas-dinas dan kerjasama guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon konsumennya atau nasabah. Promosi penjualan adalah promosi yang digunakan untuk menjual produk

perbankan seperti yang penulis maksud adalah Penghimpunan Dana Pada Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Hal ini dilakukan untuk menarik nasabah terhadap produk yang ditawarkan.

Produk-produk perbankan syariah selain dilakukan promosi juga harus dilakukan inovasi-inovasi baru yang lebih memberikan keuntungan kepada nasabah maupun bank syariah itu sendiri. Agar jumlah nasabah pada bank syariah semakin meningkat dan bank syariah ditengah masyarakat semakin berkembang.

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha serta dapat mengantisipasi permasalahan dan hambatan yang mungkin timbul disatu sisi dan disisi lain dapat melahirkan harapan baru. Di samping itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang.

Adapun strategi dalam Produk Penghimpunan Dana Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah sebagai berikut:

- a. Mengadakan sosialisasi, tentang produk penghimpunan dana khususnya Tabungan iB Hasanah.
- b. Memberikan pelayanan sepenuh hati, memberikan pelayanan prima kepada nasabah tanpa membeda-bedakan suku, ras dan agama.



- c. Tempat yang strategis, dan memberikan sistem bagi hasil yang kompetitif yang mempunyai daya saing kepada pihak bank lainnya.
- d. Menjelaskan produk-produk perbankan syariah, yang ditawarkan di bank tersebut termasuk istilah-istilah produk, keunggulan dan manfaatnya.

Strategi pemasaran yang telah ditetapkan oleh bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin khususnya bagian pemasaran atau *funding* mendapatkan kendala dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk penghimpunan dana pada bank BNI syariah kantor cabang Banjarmasin.

**b. Kendala-kendala yang dihadapi dalam penghimpunan dana produk Tabungan iB Hasanah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin.**

Selain memiliki kekuatan untuk menunjang pertumbuhan perbankan secara langsung atau tidak langsung ikut mempengaruhi perkembangan penghimpunan dana (*funding*), pertumbuhan perbankan syariah juga memiliki kendala dalam proses pengembangannya yang secara langsung atau tidak langsung juga akan berpengaruh terhadap kondisi perkembangan penghimpunan dana dari nasabah.

Adapun kendala yang dihadapi oleh bank BNI syariah kantor cabang Banjarmasin dalam penghimpunan dana adalah sebagai berikut:

- a. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah sehingga menjadikan produk perbankan syariah kurang diminati oleh

masyarakat, selain itu kurangnya strategi dan promosi dalam produk perbankan syariah. Termasuk Produk Tabungan iB Hasanah.

- b. Kurangnya sosialisasi tentang produk perbankan syariah sehingga menjadikan kurangnya pendapatan pihak bank dalam produk Tabungan iB Hasanah, keterlambatan pihak bank dalam memasarkan produk Tabungan iB Hasanah sehingga menyebabkan masyarakat atau dinas-dinas terkait tentang Produk Perbankan Syariah tidak mengetahui produk tersebut. Sumber daya masyarakat yang kurang tentang pendidikan, pengetahuan, dan pemahaman tentang perbankan syariah.
- c. Kurangnya kerjasama antara bank syariah dengan media cetak dan elektronik dalam memasarkan produk-produk perbankan syariah.
- d. Faktor internal dan faktor eksternal
- e. Adanya persaingan antar bank terutama bank konvensional yang lebih mendominasi publik dibandingkan bank syariah. Namun, untuk sesama bank syariah sendiri saling mendukung satu sama lain. Dan belum ada anggaran dana untuk bersosialisasi ke instansi-instansi seperti sekolah, kampus, instansi pemerintahan dan lain-lain. Kegiatan operasional dan kegiatan pemasaran, seperti faktor eksternal kurangnya kondisi pasar dan pendapatan masyarakat sehingga penghimpunan dana oleh bank akad (wadi'ah) titipan dan (mudharabah) bagi hasil berkurang. Kondisi perekonomian internasional pendapatan daerah sehingga dinas-dinas mengakibatkan

kurangnya penghimpunan dana dari pihak bank syariah, dan sektor perekonomian pendapatan daerah dan persaingan dengan pihak bank lainnya.

Untuk meningkatkan produk penghimpunan dana masyarakat, bank melakukan serangkaian kegiatan-kegiatan dengan pengeluaran biaya yang diarahkan untuk meningkatkan minat masyarakat (nasabah), terhadap produk-produk perbankan yang ditawarkan. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan perbankan semata-mata bukan karena merupakan faktor yang berdiri sendiri, tetapi juga karena adanya faktor dari luar perbankan. Perkembangan teknologi, perubahan minat dan keinginan nasabah, perubahan pendapatan masyarakat (pendapatan perkapita), pertumbuhan ekonomi, inflasi, serta kehadiran bank-bank umumnya pesaing akan mempengaruhi penghimpunan dana dari masyarakat oleh bank-bank pemerintah. Sedangkan dari sisi perbankan, faktor-faktor yang mempengaruhi penghimpunan dana masyarakat adalah suku bunga, pelayanan dan lain-lain.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, maka dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan strategi pengumpulan dana produk tabungan iB Hasanah pada bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin masih kurang efektif karena bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin hanya menerapkan strategi sosialisasi saja kepada masyarakat dalam bentuk mengunjungi instansi dan membuka stand di Menara Pandang (siring Banjarmasin).
2. Kendala yang dihadapi dalam penghimpunan dana produk tabungan iB Hasanah pada bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin. Ada beberapa kendala yang menghambat strategi penghimpunan dana produk tabungan iB Hasanah, sebagai berikut:
  - e. Faktor internal
    - Belum ada anggaran dana untuk mensosialisasikannya lebih luas.
  - f. Faktor eksternal
    - Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap bank BNI Syariah.

**B. Saran-saran**

1. Kepada peneliti selanjutnya agar meneliti tentang strategi produk penghimpunan dana seperti tabungan iB Tapenas Hasanah dan Tabungan iB dan tabungan iB Baitullah Hasanah.
2. Kepada bank BNI Syariah agar menambah strategi sosialisasinya dengan menggunakan strategi komunikasi yang berkelanjutan serta bekerjasama dengan media cetak dan elektronik.