

BAB IV

DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Lokasi Penelitian

PT. Citra Tirta Mulia atau disebut CITIFIN Multi Finance Syariah adalah perusahaan pembiayaan yang telah beroperasi sejak tahun 1989 dan telah mengalami 2 (dua) kali perubahan, yaitu:

a. Pendirian

Perseroan berdiri pada tanggal 19 Agustus 1989 sesuai Akta Pendirian No. 99 oleh Notaris Darsono Purnomosidi,SH. Dengan nama PT. Marannu International Finance. Pada waktu itu kepemilikan perseroan dimiliki oleh PT. Bank Marannu.

b. Akuisisi oleh Dana Pensiun Bersama Perusahaan Air Minum Seluruh Indonesia.

Pada tanggal 24 April 1999, Dapenma Pamsi mengakuisisi seluruh saham perseroan sehingga kepemilikan perseroan dimiliki Dapenma Pamsi. Sejalan dengan akuisisi tersebut, nama perseroan dirubah menjadi PT. Tirta Larastama Dinamika Finance atau disebut Tirta Laras Finance.

c. Akuisisi oleh Bapak H. Norhin.

Dalam rangka penguatan permodalan serta guna memenuhi persyaratan permodalan sesuai ketentuan Bapepam LK minimal sebesar Rp 100 milyar, pada tanggal 20 Februari 2013 Dapenma Pamsi menggandeng Bapak H. Norhin menjadi pemegang saham mayoritas. Sejalan dengan akuisisi oleh Bapak H. Norhin, selanjutnya perseroan mengambil beberapa langkah strategis, antara lain:

1. Meningkatkan modal disetor menjadi Rp 100 milyar dan modal dasar menjadi Rp 200 milyar.
2. Melakukan konversi Unit Usaha Syariah menjadi Full Syariah (Unit Usaha Syariah beroperasi sejak tahun 2009)
3. Merubah susunan pengurus baik di level Dewan Komisaris maupun Dewan Direksi.
4. Mengganti nama perseroan menjadi PT. Citra Tirta Mulia atau disebut CITIFIN Multi Finance Syariah.

Pada tahun 2013 Bapak H. Norhin yang berasal dari Banjarmasin Kalimantan Selatan memasukkan 80% sahamnya ke CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin dan membuka cabangnya di Banjarmasin. Awal berdirinya perusahaan beralamat di gedung Citra Sasirangan, jalan Ahmad Yani, Karang Mekar, Kec. Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70234. Baru sekitar kurang lebih 1 tahun yang lalu

perusahaan berpindah tempat ke jalan A. Yani KM. 12,400 RT-RW 001-002 kecamatan Gambut kode pos 70652 (samping indo grosir).

2. Visi Misi Perusahaan

Visi CITIFIN Multi Finance Syariah adalah Menjadi Multi Finance Syariah yang tumbuh sehat dan berkesinambungan.

Misi CITIFIN Multi Finance Syariah adalah

- a. Menjadikan CITIFIN Multi Finance Syariah sebagai perusahaan multifinance syariah yang kompeten dan berkredibilitas tinggi
- b. Fokus melayani pelanggan dengan berkualitas dan konsisten
- c. Menjadikan SDM yang profesional dan berakhlak mulia
- d. Mampu mencapai kinerja keuangan yang sehat dan senantiasa menghasilkan *shareholder value* yang optimal
- e. Turut berperan dalam pengembangan keuangan syariah di Indonesia.

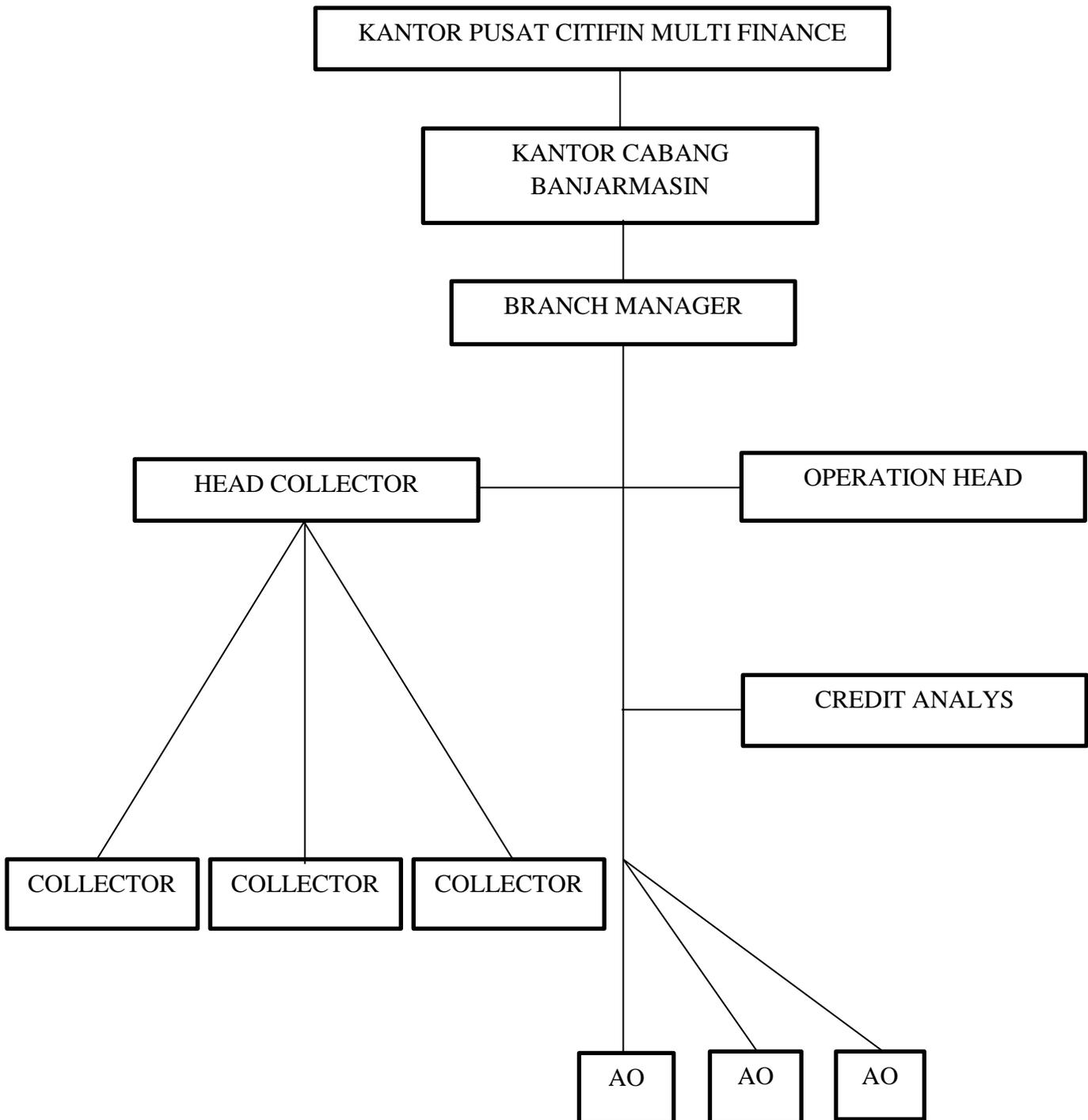
3. Produk Perusahaan

Adapun jenis produk yang ada pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin yaitu:

- a. Multi guna, nasabah menjual mobil ke perusahaan kemudian perusahaan menjual kembali kepada orang lain dengan tambahan margin yang sudah ditetapkan oleh perusahaan sendiri. Menggunakan akad jual beli.
- b. *Murabahah*, perusahaan membeli mobil kemudian menjual kembali kepada nasabah dengan cara kredit. Produk ini juga menggunakan akad jual beli.

Sebelum menggunakan akad jual beli CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin pernah menggunakan akad sewa menyewa, akan tetapi mengalami kendala dalam penyelesaian pajaknya.

4. Struktur Organisasi



5. Job Description

No	Jabatan	Tugas
1	<i>Branch Manager</i>	Memonitor dan mengevaluasi pencapaian target, memantau tugas penagihan kolektor, merencanakan langkah strategis cabang dll.
2	<i>Head Collector</i>	Membuat SOP pekerjaan untuk tim, membuat strategi <i>collector</i> , meminimalisir kerugian kredit, membuat laporan harian mingguan dan bulanan.
3	<i>Operation Head</i>	Mengkordinasikan tugas ke para <i>collector</i> sesuai dengan SOP perusahaan mengenai prosedural tagihan serta mengkordinir segala tagihan yang diperlukan di lapangan seperti menjadi mediator untuk perusahaan dan nasabah hingga menjadi bagian dari eksekutor jaminan di lapangan.
4	<i>Credit Analys</i>	Memeriksa kelayakan dokumen persyaratan kredit calon debitur beserta kekuatan legalitas dokumen persyaratan kredit calon debitur dll.

5	<i>Collector</i>	Melakukan kunjungan penagihan, menyetor hasil tagihan, memberi surat peringatan kepada nasabah yang menunggak dll.
6	<i>AO/Account Officer</i>	Mencari calon debitor untuk kredit, interview dgn calon debitor, menjelaskan perhitungan kredit dll.

B. Penyajian Data

1. Responden pertama

Nama : Ryan Hidayat

Jabatan : Account Officer

Pendidikan : S1 STIE

Alamat : KM. 7

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan bapak Ryan Hidayat diperoleh data yaitu CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin berdiri di tahun 1989 bukan sebagai pembiayaan syariah melainkan masih konvensional. Baru pada tahun 2013 orang Banua (Kalimantan Selatan) Bapak H. Norhin memasukkan sahamnya sebanyak 80% dan mengubah CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin menjadi berbasis syariah dan membuka cabang di Banjarmasin.

CITIFIN Multi Finance Syariah memiliki 2 produk, yaitu multi guna dan *murabahah*. Adapun mekanisme pada produk multi guna yaitu nasabah menjual mobil ke perusahaan kemudian perusahaan menjual kembali mobil dengan penambahan margin yang sudah ditentukan. Sedangkan mekanisme pada produk *murabahah* yaitu, perusahaan membeli mobil dan menjual kembali kepada nasabah dengan penambahan margin secara berangsur.

Menurut informan pihak CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin dalam memasarkan produknya memilih langsung turun kelapangan dan bersosialisasi dengan nasabah. Untuk mempertahankan produk dari pesaing CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin melakukan *repeat order* dan memberikan potongan harga kepada nasabahnya. Adapun target penjualan produk tersebut adalah jual beli perorangan dan multi guna.

Faktor internal yang mempengaruhi produk *leasing* syariah pada perusahaan CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin yaitu produk perusahaan ini mengajarkan arti syukur dan membantu nasabah yang ingin membeli ataupun menjual mobil serta mendapatkan dana tunai. Peluang berkembangnya produk ini sangat besar, karena perputaran uang yang pesat di Banjarmasin.¹

¹Ryan Hidayat, Account Officer, *wawancara pribadi*, CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin.

2. Responden kedua

Nama : Rahmat Kartolo

Jabatan : Account Officer

Pendidikan : D3

Alamat : HKSJN

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan bapak Rahmat kartolo CITIFIN Multi Finance Syariah berdiri pada tahun 1989 yang pada awalnya bernama PT. Marannu Internasional Finance dan bukan berbasis syariah melainkan konvensional. Pada tahun 2013 bapak H. Norhin mengganti nama perseroan menjadi PT. Citra Tirta Mulia atau CITIFIN Multi Finance Syariah dan membuka cabang di Banjarmasin yang berbasis full syariah.

CITIFIN Multi Finance Syariah mempunyai 2 produk yaitu multi guna dan *murabahah*. Adapun jumlah nasabah sejak didirikannya CITIFIN Multi Finance Syariah cabang Banjarmasin untuk kedua produk tersebut sekitar ±117 nasabah. Respon masyarakat tentang produk ini cukup baik meskipun ada beberapa masyarakat yang masih menganggap bahwa pembiayaan syariah sama saja dengan konvensional.

Menurut informan CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin menjalankan strategi pemasaran dengan cara langsung bertemu calon nasabahnya dan memberikan pemahaman serta penjelasan tentang produk yang ada agar calon nasabah lebih mengerti dan memahami perbedaan produk

syariah dengan pembiayaan konvensional lain. Untuk mempertahankan produk dari banyaknya pesaing CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin melakukan *repeat order* dimana nasabah yang telah melakukan pinjaman dapat meminjam kembali meskipun nasabah belum melunasi pinjaman yang terdahulu.

Faktor internal yang mempengaruhi produk pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin adalah kegiatan perusahaan yang dijalankan dengan sistem berbasis syariah sehingga memberikan rasa aman dalam bertransaksi. Melihat banyaknya pesaing pembiayaan berbasis konvensional dengan menggunakan sistem bunga, maka dari itu CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin berupaya meyakinkan nasabah dengan menyediakan produk pembiayaan tanpa riba.

Faktor eksternal yang mempengaruhi produk CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin banyaknya lembaga keuangan berbasis syariah berbasis syariah yang menawarkan proses lebih mudah dan angsuran lebih murah, serta kurangnya minat masyarakat dikarenakan kurangnya produk yang disediakan CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin.²

²Rahmat Kartolo, Account Officer, *wawancara pribadi*, CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin.

3. Responden ketiga

Nama : Zulkipli

Jabatan : Credit Analys

Pendidikan : S1

Alamat : Soetoyo S

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan bapak Zulkipli diperoleh data yaitu, CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin berdiri pada tanggal 20 Februari 2013 oleh Bapak H. Norhin dan membuka cabang di Banjarmasin.

CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin memiliki 2 produk yaitu multi guna dan *murabahah*, dimana kedua produk tersebut menggunakan akad jual beli. Pada awal dijalankan kedua produk tersebut sempat menggunakan sistem sewa dengan akad ijarah (sewa menyewa), akan tetapi mengalami kendala pajak. Kedua produk ini memiliki sekitar 117 nasabah. Adapun respon masyarakat tentang produk ini masih kurang, karena masyarakat cenderung memilih pembiayaan yang lebih murah dan mudah dalam pelayanannya.

Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin yaitu dengan bertemu langsung calon nasabah menjelaskan dan memberikan pemahaman lebih tentang produk kepada calon nasabah.

Target pemasaran dalam produk ini adalah jual beli perorangan dan multi guna. Adapun usaha dalam mempertahankan produk untuk menghadapi pesaing-pesaing baru CITIFIN Multi finance Syariah Banjarmasin melakukan *repeat order* dan memberikan diskon kepada nasabah.

Faktor internal (kekuatan dan kelemahan) produk ini membantu nasabah yang ingin menjual dan membeli mobil ataupun mendapatkan dana tunai. Kinerja dan aturan yang diawasi oleh badan syariah Nasional sehingga lebih terjamin dan aman dalam transaksinya dan terhindar dari unsur riba.

Faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin banyaknya finance konvensional yang menerapkan bunga yang rendah dan banyaknya showroom mobil di Banjarmasin yang juga menawarkan harga yang lebih murah. Peluang berkembangnya produk CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmin adalah pesatnya perputaran uang di Banjarmasin yang memungkinkan masyarakat memilih produk pembiayaan syariah sebagai alternatif dalam mengembangkan usaha mereka.³

C. Analisis Data

1. Analisis strategi pemasaran pembiayaan leasing syariah pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin

Berdasarkan informasi yang didapat penulis pada saat melakukan penelitian melalui observasi awal, peneliti tertarik untuk meneliti tentang

³Zulkipli, Credit Analys, *wawancara pribadi*, CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin

strategi pemasaran leasing syariah pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin dalam memasarkan produk pembiayaan. Setelah diteliti lebih lanjut melalui wawancara dan studi dokumenter maka diperoleh hasil-hasil temuan yang berhubungan dengan pemasaran produk pembiayaan leasing syariah pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin.

Seperti disebutkan sebelumnya bahwa CITIFIN Multi Finance Syariah awalnya berasal dari konvensional. Baru pada tahun 2013 berubah menjadi syariah dengan menggunakan akad jual beli. CITIFIN Multi Finance Syariah memiliki 2 produk yaitu Multi guna dan *murabahah*.

Pemasaran produk pembiayaan pada CITIFIN Multi Finance Syariah harus dilakukan dengan sebaik mungkin, agar dapat bersaing dengan leasing lainnya baik leasing syariah maupun leasing konvensional. Agar dapat bertahan ditengah maraknya persaingan antar leasing atau pembiayaan, CITIFIN Multi Finance Syariah harus memiliki strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya, termasuk strategi pemasaran untuk produk Multi guna dan *Murabahah*.

Karyawan yang ada di CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin berjumlah 10 orang 3 orang sebagai Account Officer. Untuk karyawan yang menjabat sebagai *Account Officer/AO* mereka memiliki peran untuk mencari calon debitor untuk kredit, interview dgn calon debitor, menjelaskan perhitungan kredit dll. Adapun peran *Account Officer* sangatlah penting bagi kelangsungan dan kemajuan perusahaan.

Pemasaran produk pembiayaan pada CITIFIN Multi Finance Syariah tidak semata-mata untuk menjual produk, tetapi perusahaan juga memperhatikan kebutuhan nasabah pengguna produk yang ada pada CITIFIN Multi Finance Syariah.

Keunggulan ataupun kelebihan produk Multi guna dan Murabahah yang ada pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin sangat berpengaruh pada pemasaran produk tersebut. Dan pemasaran yang baik sangat mempengaruhi kelangsungan nasib suatu perusahaan. Agar perusahaan dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat, selain memperhatikan keunggulan dan kelebihan suatu produk, perusahaan juga harus memiliki segmentasi dan target pemasaran.

Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat didalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri.⁴ Sedangkan target pemasaran adalah proses penyeleksian produk baik barang maupun jasa atau pelayanan terbaik sehingga benar-benar berada pada posisi terbaik guna mencapai keberhasilan perusahaan.⁵ Dalam hal ini CITIFIN Multi Finance Syariah menargetkan pemasaran produk untuk jual beli perorangan dan multi guna. Alasannya perusahaan menargetkan produk langsung kepada

⁴Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003). Hal. 181.

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: Alfabeta, 2010), Hal. 96

masyarakat adalah untuk memudahkan nasabah dalam membeli ataupun menjual kembali mobil (multi guna).

Setelah segmentasi dan target pemasaran ditentukan, langkah selanjutnya adalah menentukan strategi pemasaran seperti apa yang cocok digunakan oleh CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin dalam memasarkan produknya. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam memasarkan produk yang dihasilkan baik itu barang maupun jasa sangat dibutuhkan strategi pemasaran yang baik dan tepat, sebagai strategi dalam memasarkan sebuah produk merupakan ujung tombak bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Strategi pemasaran adalah cara atau langkah-langkah dalam melakukan penjualan suatu barang atau jasa yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan untuk mencapai penjualannya. Pendapat lain mengatakan strategi pemasaran adalah suatu cara yang dilakukan oleh penjual untuk mempengaruhi pembeli. Melalui sebuah pemasaran, bank perusahaan dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat, baik itu dengan cara promosi ataupun cara-cara lainnya. Strategi pemasaran dilakukan untuk meningkatkan daya jual beli yang tinggi agar produk tersebut dapat bertahan dan berkembang.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha. Disamping itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan

lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, teknik pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap peluang atau kesempatan yang ada.

Pemasaran juga pernah dilakukan oleh Rasulullah Saw. pada zaman dahulu. Sangat dianjurkan dalam perbankan syariah untuk meneladani sifat-sifat yang dimiliki Rasulullah Saw. yaitu sifat kejujuran (*shiddiq*), cerdas atau kompeten (*fathanah*), bertanggung jawab (*amanah*), dan mampu menyebar luaskan (*tabligh*). Salah satu sifat teladan dari Rasulullah Saw. yang sangat berpengaruh dalam perbankan syariah adalah amanah (tanggung jawab). Pemasar syariah harus bertanggung jawab terhadap segala sesuatu yang dilakukannya, khususnya yang berhubungan dengan tabungan serta dalam mengelola uang nasabah. Hal ini sesuai dengan dalil yang menjelaskan tentang amanah yang terdapat dalam Q.S. an-Nisaa ayat 58.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat. (Q.S. An-Nissa:58)

Sebagaimana yang kita ketahui dalam islam semua tindakan manusia didunia ini adalah semata-mata untuk ibadah dan mencari ridha Allah SWT, begitu pula dengan tindakan kita dalam berbisnis. Hal ini juga yang perlu

diterapkan oleh CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin, dalam menjalankan strategi pemasarannya perlu mencontoh sifat-sifat teladan Rasulullah Saw. Adapun strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin yaitu dengan cara turun langsung kelapangan dan bersosialisasi dalam pemasaran produknya. Strategi lain yang dilakukan oleh CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin adalah dengan pemberian brosur angsuran kepada calon nasabah.

Strategi yang diterapkan oleh CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin khususnya bagian pemasaran sampai saat ini dapat menarik nasabah yang dari tahun ke tahun jumlahnya semakin meningkat. Sejak produk multi guna dan *murabahah* dikeluarkan sampai sekarang, produk ini mampu bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Hal ini membuktikan strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh pihak marketing pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin sudah berjalan dengan cukup baik. Dalam pemasarannya, CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin juga memperhatikan kebutuhan nasabah, tidak hanya menjual produk untuk mendapat keuntungan. Salah satu teori pemasaran menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan. Strategi pemasaran produk pembiayaan yang diterapkan oleh CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin sudah sesuai dengan teori pemasaran tersebut.

2. Kendala yang dihadapi CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin dalam memasarkan Produk pembiayaan leasing syariah

Pemasaran produk khususnya pada pembiayaan *leasing* mengalami persaingan yang semakin ketat, baik itu syariah maupun konvensional. Persaingan yang ketat membuat pembiayaan *leasing* berlomba-lomba menciptakan pemasaran produknya. Namun tidak semua pemasaran yang dilakukan oleh pihak pembiayaan *leasing* dapat berjalan dengan lancar. Tidak sedikit perusahaan pembiayaan atau *leasing* yang mengalami kesulitan dalam proses pemasaran produknya, banyaknya hambatan dan halanganlah yang membuat perusahaan kesulitan dalam memasarkan produknya. Ada dua produk yang dimiliki oleh CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin, yaitu produk multi guna dan produk *murabahah*. Adapun transaksi sewa menyewa atau ijarah dianggap sebagai suatu transaksi yang sifatnya saling tolong menolong mempunyai dan landasan yang kuat dalam Al-qur'an dan Hadits.

Produk multi guna dan *murabahah* mengalami banyak tantangan serta memiliki banyak kendala juga dalam pemasarannya, dan tentu saja semakin ketatnya persaingan antar perusahaan pembiayaan baik berupa bank maupun non bank seperti *leasing* sangat mempengaruhi perkembangannya. Persaingan yang terjadi bukan hanya antara pembiayaan *leasing* syariah, maupun pembiayaan *leasing* konvensional.

Persaingan antar pembiayaan *leasing* dalam memasarkan produknya merupakan sebuah kendala bagi CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin.

Selain itu kelemahan dan kekurangan produk juga menjadi kendala yang cukup berpengaruh terhadap pemasaran produk tersebut. Untuk dapat bersaing dengan produk pada tempat pembiayaan lainnya, CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin harus melakukan teknik pemasaran dengan seefektif mungkin. Selain teknik pemasaran apa yang cocok untuk diterapkan oleh perusahaan, CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin juga harus mengetahui kendala apa saja yang dihadapinya.

Kendala yang dihadapi oleh CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin dalam memasarkan produknya antara lain yaitu:

- a. Banyaknya saingan yang menawarkan proses yang lebih mudah, cepat dan murah. Dengan adanya persaingan tersebut, CITIFIN Multi Finance Syariah harus melakukan strategi yang lebih kreatif dalam menarik minat nasabah dalam mengembangkan produk tersebut.
- b. Kurangnya respon masyarakat terhadap finance syariah, karena masyarakat masih banyak menganggap bahwa finance syariah sama saja dengan finance konvensional.
- c. Margin dan *Ujroh* yang kalah bersaing dengan pembiayaan konvensional..

Menurut informasi yang didapat dari nasabah yang menggunakan produk CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin, produk dikatakan sudah cukup membantu dalam memenuhi konsumsi nasabah akan tetapi masih

memiliki kekurangan. Dibanding pembiayaan lain prosesnya dinilai lebih rumit. Menurut salah satu staff *marketing* pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin, cara yang dapat dilakukan untuk menghadapi kendala-kendala tersebut adalah dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki produk pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin. Jika terus menerus melihat pada kendala dan kekurangan produk, maka itu hanya akan membuat produk tersebut sulit berkembang.

Banyak masyarakat memilih produk pembiayaan syariah dengan melihat kelebihan yang dimiliki produk tersebut. Namun, sebagian masyarakat juga mempertimbangkan kekurangan dari produk tabungan tersebut. Untuk mengetahui bagaimana gambaran pemasaran produk pembiayaan syariah pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin, maka dapat dilakukan dengan analisis SWOT (*Strength, weakness, opportunity, dan threat*). dari hasil analisis SWOT ini maka dapat diketahui bagaimana pemasaran produk pembiayaan syariah pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Adapun analisis SWOT produk pembiayaan syariah adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan produk pembiayaan pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin dibandingkan dengan finance lain adalah kinerja dan

segala aturan yang diawasi oleh badan syariah nasional sehingga lebih terjamin dan aman dalam transaksinya.

2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan Produk pembiayaan pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin yaitu belum bisa menerapkan sistem syariah 100%, terutama tentang masih adanya denda yang dibebankan untuk keterlambatan angsuran perhari sebesar 0,2% dari pokok angsuran yang telah ada.

3. Peluang (*opportunity*)

Karena perputaran uang yang sangat pesat di Banjarmasin maka sangat memungkinkan masyarakat akan memilih produk pembiayaan syariah sebagai alternatif lain dalam mengembangkan usaha mereka.

4. Ancaman (*threat*)

Banyaknya finance konvensional yang menerapkan bunga yang jauh lebih rendah dan proses yang lebih mudah dibandingkan produk pada CITIFIN Multi Finance Syariah Banjarmasin. Dan banyaknya showroom di Banjarmasin yang juga menawarkan harga yang lebih murah.

TABEL 1
MATRIK SWOT

Internal	<p><i>Strenghts (S)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • kinerja dan segala aturan yang diawasi oleh badan syariah nasional sehingga lebih terjamin dan aman dalam transaksinya. • Produk ini mengajarkan arti syukur • Membantu nasabah yang ingin menjual dan membeli mobil 	<p><i>Weaknesses (W)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dana produk masih berasal dari konven bukan syariah sepenuhnya. • masih adanya denda yang dibebankan untuk keterlambatan angsuran perhari sebesar 0,2% dari pokok angsuran yag telah ada. 	
Eksternal	<p><i>Opportunitiess (O)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Karena perputaran uang yang sangat pesat di Banjarmasin maka sangat memungkinkan 	<p><i>Strategi SO</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperkenalkan keunggulan-keunggulan produk multi guna dan <i>murabahah</i> 	<p><i>Strategi WO</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Lebih sering melakukan sosialisasi ke nasabah • Lebih menyempurnakan

<p>masyarakat akan memilih produk pembiayaan syariah sebagai alternatif lain dalam mengembangkan usaha mereka</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat iklan di media masa • Mendekati nasabah secara langsung 	<p>produk multi guna dan <i>murabahah</i></p>
<p><i>Threats</i> (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya shoroom mobil di Banjarmasin yang juga menawarkan harga yang murah. • Banyaknya finance konvensional yang menerapkan bunga yang jauh lebih rendah dan proses yang lebih mudah 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pelayanan sebaik mungkin • Memberikan penjelasan dan sosialisasi tentang finance syariah kepada nasabah 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat teknik pemasaran yang lebih kreatif • Menciptakan ciri khas tersendiri agar membedakan dengan produk pada finance lain.

- Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

- Strategi ST

Strategi ini adalah untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki produk CITIFIN Multi Finance Syariah dengan cara menghindari ancaman.

- Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

- Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.