

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

1. Sejarah Singkat Perusahaan.

Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Banjarmasin yang berdiri tanggal 29 April 2000 berstatus sebagai Unit Usaha Syariah (UUS), kemudian pada tahun 2010 menjadi Bank Umum Syariah (BUS) yang beralokasi di Jalan Jenderal Ahmad Yani km. 4,5 Nomor 285 Banjarmasin, terdiri dari tiga lantai, dimana lantai dasar untuk ruangan tempat bekerja karyawan bagi pemasaran, musholla, ruang server dan dapur umum. Lantai dua terdiri dari *banking hall* (unit pelayanan), teller, *customer service*, unit operasional dan ruangan pimpinan. Lantai tiga terdiri dari ruangan bagian umum, pemasaran dana dan *collection*. Selain itu, terdapat satu buah Anjungan Tunai Mandiri (ATM) satu buah pos penjaga keamanan yang terletak dibagian halaman depan bangunan, sedangkan toilet disediakan pada setiap lantai, sekarang BNI syariah Kantor Cabang Banjarmasin memiliki dua Kantor Cabang Pembantu, yaitu di Sungai Danau dan Batulicin.¹

¹ <http://www.bni.co.id/id-id/tentangkami/sejarah.aspx> (03 Januari 2018)

a. Visi dan Misi BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Visi:

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

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 BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin terus menerus melakukan perbaikan dalam layanan dan kinerja dengan serangkaian training dan motivasi untuk meningkatkan mutu serta kualitas layanan yang akan diberikan kepada masyarakat.

Misi:

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

² <http://www.bnisyariah.co.id/visi-dan-misi> (03 Januari 2018)

b. Budaya Kerja Bank BNI Syariah.

Budaya kerja BNI syariah adalah sebagai berikut :

1) Amanah.

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

2) Jama'ah.

Bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban, bekerjasama secara rasional dan sistematis, saling mengingatkan dengan santun, bekerjasama dalam kepemimpinan yang efektif.

c. Produk-produk BNI Syariah.

a) Simpanan.

Adapun Produk Simpanan yang ada di BNI Syariah yaitu Deposito iB Hasanah, Giro iB Hasanah, Tabungan iB Hasanah, Tabungan iB Bisnis Hasanah, Tabungan iB Baitullah Hasanah, Tabungan Tunas Hasanah, Tabungan iB Tapenas Hasanah. Didalam penelitian ini meneliti tentang produk tabungan BNI iB Hasanah.

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadī'ah* atau investasi dana berdasarkan mudarabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu

yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.³

Tabungan merupakan salah satu hal yang penting bagi masyarakat, karena dengan adanya tabungan masyarakat dapat menginvestasikan sebagian dananya ke lembaga-lembaga keuangan seperti Bank Syariah, supaya masyarakat atau nasabah dapat menggunakan dana tersebut untuk perencanaan dihari esok. Selain itu, menabung juga dapat mengajarkan kepada masyarakat cara hidup hemat. Sebagai wujud kepedulian BNI Syariah kepada masyarakat dalam meningkatkan kesadaran untuk menabung. Maka BNI Syariah telah menerbitkan produk-produk tabungan salah satunya produk tabungan BNI iB Hasanah. Tabungan BNI iB Hasanah hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mengelola dana dan dapat melakukan transaksi setiap hari. Tabungan iB Hasanah sendiri memiliki dua akad dalam pembuatan rekeningnya yaitu akad *wadī'ah* dan akad mudarabah.

Pengertian Produk tabungan BNI iB Hasanah itu sendiri yaitu logo iB (*Islamic Banking*) yang dirumuskan secara bersama-sama oleh Bank Indonesia dengan para pelaku industri perbankan syariah mempunyai makna bahwa iB merupakan indentitas dari nilai-nilai perbankan syariah yang modern, transparan, berkeadilan, seimbang dan beretika. Selain itu penulisan penulisan logo iB yang dimulai dengan penulisan huruf i kecil diawal dapat diartikan bahwa islam merupakan agama yang sederhana dan rendah hati, menyadari bahwa segala sesuatu yang ada didunia ini merupakan milik Allah SWT.⁴ Hasanah dapat

³ Nur Rianto AL Arif., *Opcit.*, Hal. 34

⁴ [www. BNI Syariah. Co. Id](http://www.BNISyariah.Co.Id). Diakses pada tanggal 06 Februari 2018

diartikan yaitu kebaikan, alasan BNI Syariah menggunakan kata Hasanah dalam setiap produknya dalam setiap transaksi yang dilakukan selalu dalam landasan kebaikan dan tetap dalam aturan syariah.⁵

Produk tabungan BNI iB Hasanah sudah ada sejak tahun 2000. Pada saat itu BNI Syariah masih Unit Usaha Syariah (UUS) dan masih dibawah naungan BNI Konvensional. Pada tahun 2010 barulah BNI Syariah menjadi Bank Umum Syariah (BUS).

Segmentation pemasaran untuk produk tabungan BNI iB Hasanah dilihat dari segi usia yaitu minimal 17 Tahun dan sudah memiliki KTP. Adapun *Targeting* pemasaran yang dilakukan BNI syariah untuk produk tabungan BNI iB Hasanah ini tidak menitik beratkan pada orang muslim saja, tetapi orang non muslim pun juga bisa melakukan pembukaan rekening produk tabungan BNI iB Hasanah. Produk tabungan BNI iB Hasanah ini ditunjukan kepada semua masyarakat akan tetapi yang sudah memiliki KTP dan berumur 17 tahun. Sedangkan *positioning* produk tabungan BNI iB hasanah adalah salah satu alternatif bagi nasabah untuk memiliki tabungan berbasis syariah yang bebas dari riba.⁶

Adapun Proses mekanisme tabungan BNI iB Hasanah di BNI syariah Kantor Cabang Banjarmasin sama halnya dengan bank-bank yang lain yaitu pertama-pertama nasabah mengajukan pembukaan rekening tabungan BNI iB Hasanah ke bagian CS (*Customer Service*). Kemudian nasabah menyerahkan

⁵ Yadi, Sales assiten, *wawancara pribadi*, Banjarmasin, 15 Januari 2018

⁶ Aneta, *Sales Assisten*, BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, *wawancara pribadi*. 20 Janari 2018

persyaratan untuk membuka rekening tabungan tersebut, setelah itu nasabah mengisi formulir pembukan rekening, setelah itu nasabah bisa langsung mendapatkan buku tabungan beserta ATM. Apabila nasabah ingin memiliki aplikasi internet banking bisa langsung meminta kepada CS untuk mengantifikannya. Sedangkan persyaratan dalam pengajuan pembukaan rekening tabungan BNI iB Hasanah.

- Kartu identitas asli (KTP/Paspor).
- Setoran awalan minimal Rp. 100.000

Keunggulan produk tabungan BNI iB Hasanah yaitu :

- Hasanah debit silver sebagai kartu ATM pada jaringan ATM (ATM BNI, ATM Bersama, ATM Link, ATM Prima, dan Cirrus) dan kartu belanja (Debit Card) di merchant berlogo MasterCard diseluruh dunia.
- Dapat melakukan transaksi di counter teller BNI dan BNI Syariah seluruh indonesia.
- Pembukaan rekening otomatis berinfak Rp 500,-
- Dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.
- Nisbah bagi hasil 22:78 % untuk akad mudharabah.

Berdasarkan hasil wawancara data jumlah nasabah produk tabungan BNI iB Hasanah pada Kantor Cabang Banjarmasin periode 2010-2017

TABEL 4.1 JUMLAH NASABAH TABUNGAN IB HASANAH BNI SYARIAH KANTOR CABANG BANJARMASIN PERIODE 2010-2017

Tahun	Jumlah Nasabah	
	<i>Wadī'ah</i>	Mudarabah
2010	1,506	15,771
2011	2,705	15,989
2012	2,742	14,578
2013	4,213	16,127
2014	6,178	17,910
2015	8,577	18,898
2016	11,758	19,513
2017	14,749	12,382

Sumber: BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa perbandingan jumlah nasabah pada produk Tabungan BNI iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin terbilang sangat baik dengan akad *wadī'ah* maupun mudarabah yang mengalami perbandingan cukup signifikan serta peningkatan yang stabil, tetapi di tahun 2017 produk tabungan BNI iB Hasanah dengan akad mudharabah mengalami penurunan.

b) E-Channel.

1. ATM (*Automatic Teller Machine*).
2. SMS Banking.
3. Internet Banking.
4. Phone Banking.
5. Hasanah Payment.

- c) Cast Management.
 - 1. BNI Direct.
 - 2. Virtual Account.
 - 3. Student Payment Center.
 - 4. BLG.
 - 5. Payroll.
- d) Pembiayaan Konsumtif.
 - 1. Griya iB Hasanah.
 - 2. Multiguna iB Hasanah.
 - 3. Fleksi iB hasanah Khusus Umroh.
 - 4. Pembiayaan Emas iB Hasanah.

B. Penyajian Data.

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan melakukan wawancara langsung kepada bagian pemasaran yang ada pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Wawancara dilakukan di kantor Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin di Jalan Jend. Ahmad Yani Km.4,5 No.385, Kebun Bunga, Kec. Banjarmasin, Provinsi. Kalimantan Selatan. No, Telp (0511) 3256946.

1. Identitas Informan

- a. Nama : Maya
- Umur : 30 Tahun
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Jabatan : Sales Advisor

- b. Nama : Yadi
 Umur : 27 Tahun
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Jabatan : Sales Assisten
- c. Nama : Aneta
 Umur : 25 Tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Jabatan : Sales Assiten
- d. Nama : Aisyah
 Umur : 27 Tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Jabatan : Sales Assisten

2. Strategi Pemasaran Produk Tabungan BNI iB Hasanah.

Berdasarkan hasil wawancara yang saya lakukan selama riset di BNI Syariah. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produknya yang dilakukan oleh bagian pemasaran, dimana mereka harus memiliki strategi yang kreatif sehingga dapat bersaing dengan bank lain, baik itu bank konvensional maupun bank syariah seperti bauran pemasaran (*marketing mix*), yakni produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

1) Strategi Produk (*product*).

Selain menyiapkan produk, bank perlu menyiapkan strategi untuk memasarkan produk tersebut agar laku dipasaran. Salah satu tujuan bank syariah yaitu terhindar dari praktek riba sehingga produk yang ditawarkan

oleh bank syariah pastinya berbeda dengan produk yang ada di bank konvensional. Bank syariah lebih mengutamakan prinsip kesyariahnya dengan sistem bagi hasil. Adapun strategi produk yang dilakukan oleh BNI syariah yaitu

- Perluasan Produk BNI Syariah dalam mengembangkan produknya agar tetap mampu bersaing dengan bank-bank lain. Strategi ini diterapkan guna memperoleh para nasabah baru dan sekaligus sebagai pilihan nasabahnya untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhan. Salah satu strategi perluasan produk yang digunakan oleh BNI Syariah adalah pengembangan produk ini menjadi dua akad yaitu dengan cara menggunakan dua akad yaitu akad mudarabah (dimana nasabah akan mendapatkan bagi hasil) dan *wadī'ah* (nasabah hanya menitipkan dan tidak mendapatkan bagi hasil).
- Strategi produk BNI Syariah juga memiliki ciri khas agar mudah dikenal dan diingat oleh nasabah atau calon nasabahnya yakni dengan *branding* hasanah disetiap produk yang ditawarkannya, baik itu pendanaan (*funding*) dan pembiayaan (*lending*).
- Dalam strategi produk tabungan BNI iB Hasanah lebih banyak menawarkan produknya untuk semua kalangan dari menengah kebawah sampai menengah keatas asalkan sudah memiliki KTP sebagai syarat pembukaan tabungan.

2) Strategi Harga.

Persaingan dunia perbankan khususnya perbankan syariah cukup tinggi sehingga BNI Syariah harus mampu bersaing dengan bank-bank lain. Adapun harga yang ditetapkan Bank BNI Syariah terhadap produk tabungan BNI iB Hasanah yaitu setoran awal yang murah sebesar Rp. 100.000 dengan bebas biaya administrasi perbulannya untuk akad *wadi'ah* sedangkan menggunakan akad mudarabah terdapat biaya administrasi sebesar Rp 7.500 akan tetapi mendapatkan bagi hasil dari bank 22: 78 % (Nasabah: Bank).⁷

3) Strategi tempat.

Pemilihan lokasi kantor, pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak signifikan terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa, khususnya perbankan. Lokasi yang dekat dan akses yang mudah akan mempermudah nasabah dalam mengurus kebutuhannya dalam masalah keuangan.

Pentingnya pemilihan lokasi sebagaimana dijelaskan diatas, BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin memilih tempat di jalan Jenderal Ahmad Yani km, 4,5 Nomor 38 Banjarmasin. Pemilihan lokasi ini disebabkan oleh beberapa hal :

- Jalan Jenderal Ahmad Yani km, 4,5 Nomor 38 Banjarmasin merupakan jalan raya utama.
- Aksesnya yang mudah ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

⁷ Maya, *Sales Advisor*, BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, *wawancara pribadi*. 3 Januari 2018

Disamping dari pemilihan lokasi yang tepat BNI Syariah juga mendesain kantor tempat bertransaksi secara langsung dengan nasabah sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman, yaitu dengan konsep modern. Hal ini terlihat dari bentuk bangunan yang simpel tetapi elegan, desain ruangnya simpel dan membawa kenyamanan terhadap nasabah yang datang.

4) Strategi Promosi.

Dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat pada umumnya dan masyarakat kota Banjarmasin pada khusus, BNI Syariah menggunakan beberapa saluran promosi baik yang secara langsung maupun tidak langsung. Saluran promosi langsung yang digunakan antara lain dengan *personal selling* sedangkan promosi yang secara tidak langsung dilakukan dengan beberapa cara seperti kerjasama dengan berbagai instansi-instansi dan sekolah-sekolah.

Strategi lain yang dilakukan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin melakukan kegiatan pemasaran melalui media internet, spanduk dan brosur. Selain itu BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menjalankan kegiatan promosinya menerapkan strategi promosi dengan melakukan sosialisasi ke instansi-instansi, sekolah, perguruan tinggi maupun dinas sosial dan pengadilan agama serta pemberian hadiah secara langsung kepada nasabah dalam bentuk barang, kegiatan tersebut dinamakan “LUCKY DIP” yang diberikan kepada nasabah yang baru membuka produk tabungan, kegiatan tersebut dilakukan di Duta Mall

Banjarmasin Strategi pemasaran seperti ini dilakukan oleh bagian pemasaran (*marketing*) BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.⁸ Pihak marketing BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin juga mengadakan kegiatan yang dinamakan “HIJAU HASANAH” dimana kegiatan ini bertepatan dengan memperingati hari bumi, dengan memberikan hadiah berupa pohon kepada para nasabah yang baru membuka produk tabungan salah satunya produk tabungan BNI iB Hasanah.

3. Kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan BNI iB Hasanah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin, dalam memasarkan produk tabungan BNI iB Hasanah mengalami beberapa kendala yaitu

- 1) Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk perbankan syariah. Masyarakat masih menganggap bahwa bank syariah dan bank konvensional sama saja, sehingga kebanyakan masyarakat masih memilih bank konvensional untuk investasi dan dan masyarakat menganggap bahwa prosedur di bank terlalu rumit.
- 2) Persaingan yang ketat dengan lembaga keuangan lainnya. apalagi produk tabungan ini semua bank pasti memiliki produk tabungan baik itu bank konvensional maupun bank syariah.
- 3) Masih lekatnya budaya masyarakat menabung secara tradisional.

⁸ Aneta, *Sales Assisten*, BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*. 20 Januari 2018.

C. Analisis Data.

Dalam hal ini peneliti menganalisis bagaimana BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk atau tabungan BNI iB Hasanah menggunakan bauran pemasaran dan apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan BNI iB Hasanah.

1. Strategi pemasaran produk tabungan BNI iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dengan menggunakan bauran pemasaran.

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Pemasaran meliputi perumusan jenis produk, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya ditetapkan produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkonsumsikan produk tersebut kepada konsumen, yang cocok dengan kondisi konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dan sebagainya. Dalam dunia sekarang ini, sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam bisnis guna menjaga kelangsungan dan perkembangan bisnis tersebut dalam persaingan pasar yang sangat ketat. Oleh sebab itu, salah satunya perusahaan sangat penting memiliki strategi-strategi pemasaran yang efektif.

Dengan pemasaran sebuah perusahaan dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat baik itu dengan cara promosi atau melalui media masa dan lain-lain untuk meningkatkan daya jual beli yang tinggi agar produk tersebut tetap bertahan dan berkembang untuk menarik dan mempertahankan nasabah.

Seperti yang disebutkan, di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin terdapat produk tabungan yang diberi nama produk tabungan BNI iB Hasanah, Salah satu produk tabungan BNI Syariah adalah BNI iB Hasanah merupakan bentuk investasi dana untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah dan akad *wadī'ah* dengan berbagai fasilitas dan memberikan tawaran yang sangat memudahkan, tabungan ini bisa dibuka oleh siapa saja. Tabungan BNI iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dijalankan berdasarkan akad *wadī'ah* dan mudharabah. Akad *wadī'ah* adalah titipan murni dari satu pihak kepada pihak lain, baik perseorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja apabila si penitip menghendaki. Sedangkan akad mudharabah adalah pemilik modal menyerahkan modalnya ke bank untuk dikelola, sedangkan keuntungannya dibagi bersama dibagi menurut kesepakatan bersama.⁹ Akad tersebut terbebas dari unsur riba yang sudah difatwakan oleh DSN-MUI. Sebagaimana Allah SWT befirman dalam Q.S. Al-Baqarah/4:275 sebagai berikut:

⁹ Juhaya S. Pradja., *opcit*, hlm. 210

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
 مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ
 عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

“orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu Adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa allah menegaskan menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Pemasaran produk tabungan BNI iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dilakukan agar dapat bersaing dengan bank-bank lainnya yang memiliki produk serupa, baik itu bank syariah maupun bank konvensional. Agar dapat bertahan di tengah maraknya persaingan antar bank, BNI Syariah harus memiliki strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya, termasuk strategi pemasaran untuk produk tabungan BNI iB Hasanah. Sebagaimana fungsi bank salah satunya yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang pastinya semua bank memiliki produk tersebut baik bank syariah maupun bank konvensional. Ini merupakan suatu tantangan yang dihadapi BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dan harus dihadapi dengan strategi-strategi pemasaran agar produk tabungan BNI iB Hasanah terus bertahan dan berkembang sehingga akan

mengembalikan minat nasabah untuk menabung di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Pemasaran menurut Philip Kotler merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.¹⁰ Hasil dari suatu produk itu dilihat bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu badan usaha. Pemasaran Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan serangkaian alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran. Alat pemasaran yang digunakan meliputi empat faktor yang disebut 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).¹¹

a. Strategi Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan. Produk yang ditawarkan oleh BNI Syariah Cabang Banjarmasin sangat beragam tentunya produknya berbeda dengan konvensional karena di bank syariah transaksinya terhindar dari unsur riba.

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* (Jakarta: Prehallindo, 2002), hlm. 125.

¹¹ Philip Kotler, *et. Al., opcit*, hlm. 123.

Kelebihan dari produk tabungan BNI iB Hasanah ini adalah :

1) Akad sesuai prinsip syariah.

Akad yang sesuai dengan prinsip syariah adalah akad yang bebas dari unsur riba. Dengan akad yang sesuai prinsip syariah maka akan membuat nasabah merasa aman karena produk tabungan yang digunakan sesuai dengan prinsip syariah. Adapun akad yang digunakan pada produk tabungan BNI iB Hasanah ini adalah akad *wadī'ah* dan mudharabah. Sehingga nasabah bisa memilih diantara dua akad tersebut. Akad yang dipergunakan oleh BNI Syariah juga berdasarkan fatwa DSN-MUI bahwa didalam fatwa tersebut dijelaskan tabungan yang dibenarkan yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan *wadī'ah*. Adapun ketentuan produk tabungan yang menggunakan prinsip mudharabah yaitu Nasabah bertindak sebagai *ṣāhibul māl* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana, sebagai *muḍārib* bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang, pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening, Bank sebagai *muḍārib* menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya. Dalam hal ini BNI Syariah memberikan nisbah kepada nasabah sebesar 22 : 78% (Nasabah: Bank), Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan. Adapun ketentuan fatwa DSN-MUI tentang tabungan dengan prinsip *wadī'ah* yaitu : Bersifat simpanan, simpanan bisa diambil kapan saja, tidak

ada imbalan yang diisyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian ('athaya) yang bersifat sukarela dari Bank.¹²

2) Mudah Bertransaksi.

Dalam proses transaksi di BNI Syariah berbeda dengan bank syariah yang lain karena di bank syariah yang lain tidak dapat melakukan transaksi di Bank umum atau konvensional sedangkan di BNI Syariah dapat melakukan transaksi di counter teller BNI Syariah dipasarkannya.

3) Bebas Biaya administrasi

Untuk tabungan BNI iB Hasanah yang menggunakan akad wadiah nasabah dibebaskan dari biaya administrasi setiap bulannya. *Sales marketing* di BNI Syariah Cabang Banjarmasin dalam memasarkan setiap produknya selalu memberikan *branding* hasanah, sehingga nasabah selalu ingat dengan produk-produk yang ada di BNI Syariah. Sebagaimana yang dibawa nabi Muhammad SAW dalam memasarkan produk dengan sebuah *brand* yang bernama Islam.¹³ *sales marketing* BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin juga menjelaskan tentang kelebihan dan kekurangan produk tabungan BNI iB hasanah kepada nasabah, hal ini sesuai dengan strategi pemasaran Rasulullah SAW, yaitu selalu menjelaskan kualitas barang yang dijual, selalu jujur pada konsumen mengenai kekurang

¹² Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: PT Gramedia, 2010), hlm. 137

¹³ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: KENCANA, 2013), hlm. 103.

dan kelebihan suatu produk yang dijual oleh Rasulullah SAW.

Sebagaimana Sabda Rasulullah SAW

عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا ، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا

“Hendaknya kalian selalu berusaha menjadi orang yang benar dan jujur karena kejujuran akan melahirkan kebaikan-kebaikan (keuntungan-keuntungan). Dan kebaikan akan menunjukan jalan ke surga. Jika seseorang terus berusaha menjadi orang yang jujur, maka pasti dicatat oleh Allah sebagai orang yang selalu jujur. Jauhilah dusta dan menipu karena dusta itu akan melahirkan kejahatan dan kejahatan akan menunjukan jalan ke neraka. Jika seseorang terus menerus berdusta, maka akan dicatat oleh Allah sebagai orang yang selalu berdusta.” (HR. Mutafaqun Alaih).¹⁴

Dari hadis diatas nabi Muhammad SAW menjelaskan bahwa kejujuran adalah watak dasar yang dapat membuahkan kebaikan, sedangkan kedustaan akan mewujudkan sebagai kejahatan.

b. Strategi Harga.

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Pada strategi pemasaran Rasulullah SAW dalam menentukan harga tidak menetapkan harga lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh pesaing atau lebih dari biaya yang dikeluarkan.¹⁵ Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Al-Quran surat *An-Nisa*: 29 yaitu

¹⁴ Didin Hafidhuiddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003), hlm. 54.

¹⁵ Ichwan Fayzi, et al. Eds. *Ensiklopedia Nabi Muhammad SAW Sebagai Wirausahawan* (Jakarta: PT Lentera Abadi, 2011), hlm. 273

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Berdasarkan ayat diatas dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain dengan jalan yang batil, artinya tidak ada haknya. Dalam etika pemasaran juga dijelaskan konteks harga yaitu beban biaya produksi yang wajar, sebagai alat kompetisi yang sehat, diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat, margin perusahaan yang layak, sebagai alat daya tarik bagi konsumen.¹⁶

Penentuan suatu harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menerapkan strategi harga yaitu lebih murah dalam setoran awal dan pembuatan ATM yang dapat didebet secara otomatis pada buku rekening. Sistem bagi hasil pada akad mudarabah tergantung kepada minimal saldo yang dimiliki. Dengan menggunakan akad ini perbulannya akan dikenakan biaya administrasi akan tetapi nasabah dapat bagi hasil dari Bank sebesar 22:78 (nasabah:bank). Kelebihan tabungan dengan akad mudarabah

¹⁶Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. (Yogyakarta: UPP AMP YKPN), hlm. 101

ini bisa dijadikan agunan sebagai pembiayaan. Sedangkan menggunakan akad *wadī'ah* tidak ada sistem bagi hasil karena hanya berupa titipan akan tetapi setiap bulannya tidak dikenakan biaya administrasi.

TABEL 4.2 PERBANDINGAN PENGELOAAN ANTARA AKAD *WADĪ'AH* DENGAN AKAD MUDARABAH

	<i>Wadī'ah</i>	Mudarabah
Pengelolaan Rekening Perbulan	Rp. 0,-	Rp. 7.500,-
Tutup Rekening	Rp. 20.000	Rp. 10.000,-
Saldo Minimum	Rp. 20.000	Rp. 100.000,-
Biaya dibawah saldo minimum	Rp. 0,-	Rp. 10.000,-
Pembuatan Kartu ATM	Rp. 5.000	

c. Strategi tempat.

Tempat adalah salah satu keberhasilan dalam memasarkan sebuah produk, tempat yang ramai akan meningkatkan pengetahuan masyarakat akan suatu perusahaan. Penentuan tempat atau lokasi bertujuan untuk memberikan kemudahan untuk konsumen mendapatkan akses terhadap barang dan jasa. Penentuan lokasi bank merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan dalam aktivitas menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan

lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih.¹⁷ Penempatan *layout* gedung dan ruangan bank juga sangat mendukung lokasi Bank jika ditata dengan baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan Bank. Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin letaknya sangat strategis dan mudah ditemukan karena berada persis disamping jalan raya utama kota Banjarmasin, yakni JL. A. Yani KM. 4,5. Dengan lokasi yang sangat strategis memudahkan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin melakukan kegiatan pemasarannya. BNI Syariah juga mendesain kantor tempat bertransaksi secara langsung dengan nasabah sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman, yaitu dengan konsep modern. Hal ini terlihat dari bentuk bangunan yang simpel tetapi elegan, desain ruangnya simpel dan membawa kenyamanan terhadap nasabah yang datang.

d. Strategi Promosi.

Setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Keefektifan dari sarana promosi yang dilakukan tergantung dari media yang digunakan dan jenis produk yang dipasarkan. Salah tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan (*advertising*),

¹⁷ M. Nur Rianto Al-Arif, *op. cit.*, hlm. 131

penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas.¹⁸

Promosi merupakan salah satu sarana pemasaran perusahaan yang bertujuan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal secara luas oleh masyarakat dengan jangkauan promosi yang luas sehingga diharapkan volume penjualan dapat lebih ditingkatkan. Dalam memasarkan seorang pemasar dituntut untuk selalu jujur. Allah SWT Berfirman dalam Q.S. *Az-zumar*/39:33

وَالَّذِي جَاءَ بِالصِّدْقِ وَصَدَّقَ بِهِ ۖ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ﴿٣٣﴾

“dan orang yang membawa kebenaran (Muhammad) dan membenarkannya, mereka Itulah orang-orang yang bertakwa”.

Ayat diatas menjelaskan untuk berperilaku jujur. Seorang pemasar tidak hanya berperilaku jujur akan tetapi seorang pemasar juga harus bersikap amanat yaitu memiliki rasa tanggung jawab, yakin bahwa ada yang mengawasi pelaksanaan tugasnya. Allah SWT berfirman dalam Q.S. *An-Nisā*/4:58

﴿ 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 ۝٥٨﴾

¹⁸ M. Nur Rianto Al Arif., *Op.cit.*, hlm 15-16

“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”.¹⁹

BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam kegiatan promosinya menerapkan strategi periklanan. Iklan adalah sarana yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi nasabahnya.²⁰ Hal ini telah dilakukan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dengan melakukan kegiatan melalui internet, Spanduk dan brosur. Adapun tujuan periklanan sebagai media promosi yaitu :

- 1) Untuk memberitahukan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank.
- 2) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan.
- 3) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik para calon nasabah.
- 4) Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank yang mengiklankan.²¹

¹⁹ Al-Fatih, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: PT. Insan Media Pustaka, 2013), hlm. 87.

²⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Ed. ReV. 12 (Jakarta: Rajawali Press: 2014), hlm. 246.

²¹ *Ibid.*, hlm. 247-248.

Dari teori tersebut BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin telah menjalankan tujuan pemasaran tersebut.

Kegiatan promosi lain yang dilakukan oleh BNI Ssyariah Kantor Cabang Banjarmasin yaitu *personal selling*. *Personal Selling* adalah persentase langsung dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli, dengan maksud untuk mendapatkan penjualan.²² Strategi ini merupakan yang paling dominan digunakan oleh *sales marketing* dalam memasarkan produk tabungan BNI iB hasanah. Dengan menggunakan strategi tersebut BNI Syariah Cabang Banjarmasin dapat menerangkan dan memberikan penjelasan secara langsung kepada calon nasabah tentang produk yang mereka inginkan dan edukasi ke masyarakat tentang produk tabungan BNI iB Hasanah, sehingga memudahkan bagi calon nasabah untuk bertanya dan memperoleh informasi tentang produk tersebut.

Promosi penjualan juga dilakukan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yaitu dengan melakukan kegiatan dimana kegiatan tersebut diberi nama “LUCKY DIP” dan juga melakukan kegiatan yang diberi nama “HIJAU HASANAH” yang mana pemasar langsung bertemu dengan calon nasabah dengan menawarkan produk-produknya dengan memberikan hadiah bagi nasabah yang membuka tabungan tersebut.

²² David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, Ed. 1. Jilid 2, terj. Lina Salim (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 77.

BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin juga menggunakan strategi publisitas, publisitas yaitu membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas (hubungan masyarakat) yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghadapi rumor, berita dan kejadian tidak menyenangkan. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yaitu

- 1) Sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah, perguruan tinggi dan instansi-instansi.

Pelaksanaan pemasaran yang dilakukan marketing BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dengan mengadakan sosialisasi ke sekolah-sekolah dan perguruan tinggi seperti SMA 7, SMA dan SMP UKHUWAH, SMA 13, UMB (Universitas Muhammadiyah Banjarmasin), UIN Antasari Banjarmasin dan ke instansi-instansi seperti Rumah sakit siaga dan Pengadilan Agama Banjarmasin. Dimana para marketing menyampaikan secara langsung tentang keunggulan produk- produk yang ada di BNI Syariah salah satunya produk tabungan BNI iB Hasanah.

- 2) Pembukaan *stand* promo dipusat-pusat perbelanjaan. Adapun pembukaan *stand* promo dilakukan Bank BNI Syariah di Duta Mall Banjarmasin.

Setelah dianalisis bauran pemasaran 4P (*marketing mix*) yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan

promotion (promosi) semua bauran pemasaran 4P tersebut sudah dijalankan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dengan baik. Untuk produk tabungan BNI iB Hasanah agar bisa bersinergi kembali sebaiknya bisa diterapkan strategi-strategi alternatif lainnya dan sebaiknya pihak Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin lebih gencar lagi dalam melakukan sosialisasi untuk pengenalan produk Tabungan BNI iB Hasanah.

2. Kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan BNI Hasanah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Bank mengalami persaingan yang semakin ketat, baik itu bank syariah maupun bank konvensional. Persaingan yang ketat membuat bank berlomba-lomba dalam menciptakan pemasaran yang kreatif untuk menarik minat nasabah dalam memilih produk tabungan, apalagi semua bank pasti memiliki produk tabungan. Namun, pemasaran yang selalu dilakukan tidak selalu berjalan lancar adanya hambatan dan halangan yang membuat bank kesulitan dalam melakukan pemasaran salah satunya dalam memasarkan produk tabungan BNI iB Hasanah banyak memiliki kendala. Seperti yang diketahui nasabah yang menabung di BNI Syariah dari tahun 2010 sampai 2017 mengalami kenaikan secara terus menerus untuk produk tabungan iB Hasanah yang berakad *wadī'ah*, sedangkan untuk yang menggunakan akad mudharabah dari tahun 2010 sampai dengan 2016 mengalami kenaikan akan tetapi ditahun 2017 produk tabungan iB Hasanah menggunakan akad mudharabah mengalami penurunan. Oleh karena itu, harus diketahui penyebab produk tabungan BNI iB Hasanah tersebut mengalami penurunan

dengan cara mengetahui kendala-kendala yang dihadapi. Adapun kendala-kendala yang dihadapi BNI Syariah Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk tabungan BNI iB Hasanah diantaranya adalah :

1. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah.

Banyak masyarakat yang berasumsi bahwa semua bank itu sama, baik itu bank konvensional maupun bank syariah. bahkan masyarakat mengatakan bank syariah itu lebih banyak mengambil keuntungan dibandingkan dengan bank konvensional. Masyarakat masih belum memahami prosedur antar bank syariah dan bank konvensional, masih belum memahami perbedaan bagi hasil dan riba. Menurut bapa yadi yaitu sales *assisten* di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin pemahaman masyarakat tentang perbankan itu masih minim.

2. Persaingan yang ketat.

Tugas bank menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito sehingga semua bank pastinya memiliki produk tabungan baik itu baik konvensional maupun bank syariah, sehingga nasabah mempunyai banyak pilihan untuk menabung.

3. Masih lekatnya budaya masyarakat menabung secara tradisional.

Letaknya budaya menabung secara tradisional di benak masyarakat masih menjadi masalah yang sangat sulit untuk diatasi. Banyaknya daerah yang belum dapat dijangkau oleh perbankan sehingga membuat budaya tersebut semakin melekat pada masyarakat pedesaan. Apalagi diperkuat dengan anggapan masyarakat berupa ketidakpercayaan terhadap bank dan

meanggap menabung dibank memerlukan proses yang rumit dalam menyimpan tabungan mereka. Mayoritas masyarakat yang tinggal dipedesaan lebih memilih untuk menabung didalam lemari dan tata cara menabung secara tradisional lainnya. Hal tersebut dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung.