

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin

1. Profil Bank Kalsel Syariah

Krisis ekonomi dan moneter yang terjadi di Indonesia pada kurun waktu 1997-1998 merupakan pukulan yang sangat berat bagi sistem perekonomian Indonesia. Dalam periode tersebut banyak lembaga-lembaga keuangan, termasuk perbankan mengalami kesulitan keuangan. Seiring dengan diberlakukannya dual banking sistem oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, maka untuk menjawab tantangan tersebut, Bank Kalimantan Selatan telah melakukan perubahan dengan Perda Nomor 16 Tahun 2003 yang memuat pembentukan operasional unit usaha syariah.

Pada tanggal 13 Agustus 2004 Bank Kalsel Syariah hadir dalam rangka memberikan alternatif pelayanan perbankan kepada masyarakat Kalimantan Selatan yang mayoritas beragama Islam. Mulai saat itu Bank Kalsel Syariah memulai periode baru operasional berbasis syariah dengan membuka Kantor Cabang Syariah Banjarmasin yang berkantor di Jalan Brigjend. H. Hasan Basry.

Pada tanggal 4 Maret 2013 telah dibuka Kedai Syariah Paringin yang berkantor di Jalan A. Yani Kelurahan Batu Piring Paringin. Latar belakang pendirian Kedai Syariah Paringin ini yaitu dengan

memperhatikan karakteristik daerah yang memiliki potensi pertumbuhan ekonomi yang baik, dan dilihat dari perkembangan kegiatan ekonomi dan sosial masyarakat di daerah Paringin ini. Seperti pertumbuhan pasar/ruko, perkantoran dan perumahan.

Dalam mengawasi, menilai dan memastikan operasional bank agar tetap konsisten dalam penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa berdasarkan prinsip syariah serta dalam pengembangan produk baru bank agar sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, Bank Kalsel Syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah yang melakukan pengawasan terhadap kegiatan bank.¹

2. Tujuan, Visi dan Misi Bank Kalsel Syariah

Tujuan didirikan dan dikembangkan unit layanan syariah, termasuk kedai syariah sebagai perpanjangan operasionalnya adalah memberikan alternatif pelayanan perbankan dengan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat/nasabah disamping pelayanan secara konvensional. Pendirian unit layanan syariah ini juga dimaksudkan untuk pengembangan bisnis untuk mengantisipasi persaingan. Pembukaan kegiatan berdasarkan prinsip syariah, merupakan implementasi dari penjabaran visi dan misi bank BPD Kalsel yang diwujudkan melalui pengembangan bisnis dalam mengantisipasi semakin meningkatnya persaingan, baik dikalangan dunia perbankan sendiri maupun sesama jasa pelayanan syariah yang hampir semua bank membukanya.

¹ Profil Bank Kalsel Syariah: <http://www.bankkalsel.co.id/index.php/seputar-kami/profil>, diakses, hari Jum'at, 12-08-2017, pukul 11:26.

Adapun visi misidari Bank Kalsel Syariah adalah:

a. Visi Bank Kalsel Syariah

Menjadi bank yang unggul di Daerah dan berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.

b. Misi Bank Kalsel Syariah

Adapun misi Bank Kalsel Syariah sebagai berikut:

- 1) Penyediaan layanan jasa perbankan yang berkualitas
- 2) Penggerak pendorong ekonomi Daerah
- 3) Pemegang/menyimpan dana Daerah
- 4) Salah satu sumber PAD
- 5) Turut membina lembaga Perkreditan atau Bank Perkreditan Rakyat Milik Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Daerah.

3. Landasan Hukum

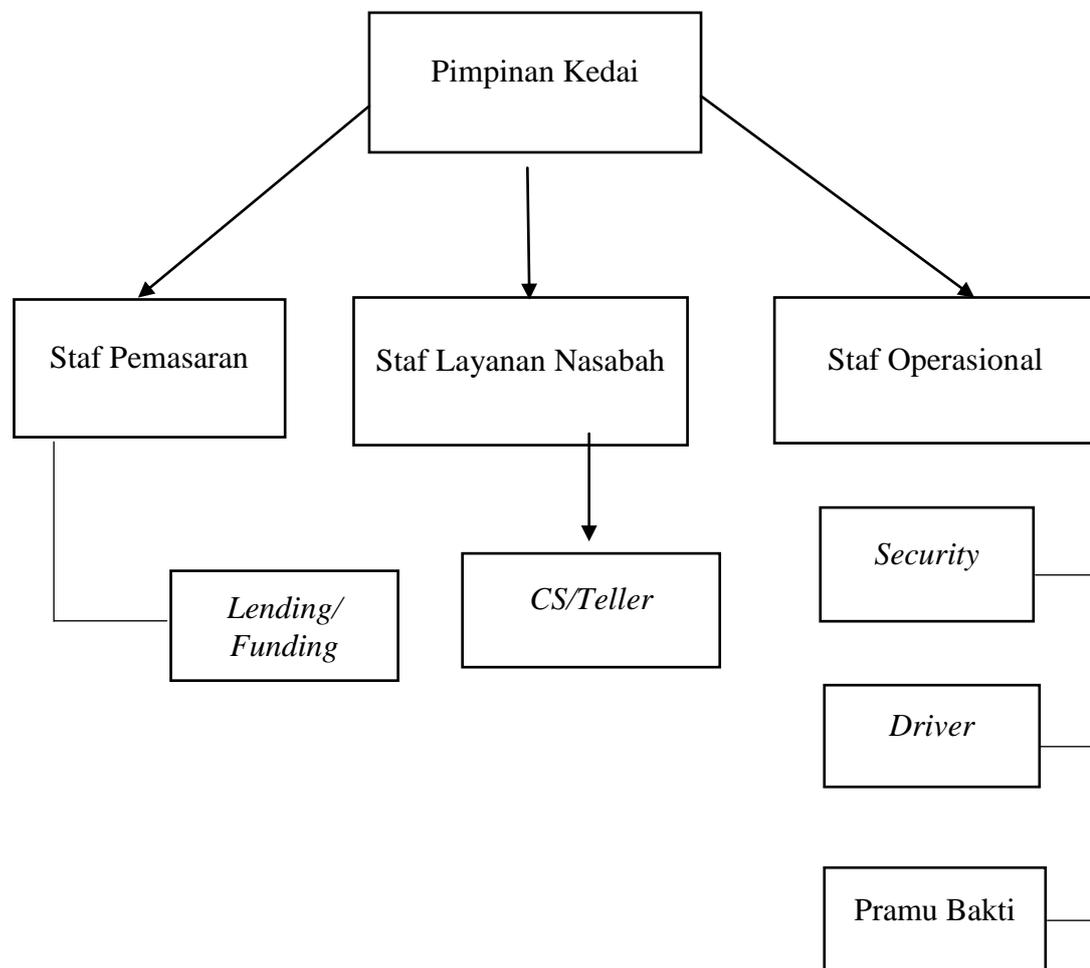
Pendirian dan dioperasikannya unit layanan syariah pada BPD Kalsel diperkuat dengan landasan sejumlah peraturan perundang-undangan yang terkait serta fatwa organisasi Islam, diantaranya:

- a. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1991 Tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998;
- b. Peraturan Bank Indonesia Nomor 2/27/PBI/2000, Tanggal 15 Desember 2000 tentang bank umum;
- c. Peraturan Bank Indonesia Nomor 4/1/PBI/2002, Tanggal 27 Maret 2002 tentang perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum berdasarkan prinsip syariah;

- d. Surat keputusan direksi Bank Indonesia, Tanggal 12 Mei 1999 tentang bank umum, bank umum berdasarkan prinsip syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS);
- e. Fatwa MUI, bahwa segala transaksi yang berbasis bunga menurut Al-Quran adalah riba.

4. Struktur Organisasi Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin

Gambar: 4.1



Sumber: Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin, 2018

5. Produk Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin

Di Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin produk yang ditawarkan berupa jasa, dimana dari produk ini para nasabah diperbolehkan memilih jenis produk apa saja yang kemungkinan besar dirasa cocok dengan yang mereka inginkan. Beberapa produk yang ditawarkan dalam perbankan syariah, diantaranya :

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Giro iB *Al-Amanah*

Merupakan jenis simpanan pihak ketiga pada Bank Kalsel Syariah dengan prinsip *Wadī'ah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek/bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan.

2) Deposito iB *Mudārabah*

Merupakan jenis simpanan berjangka berupa investasi sesuai dengan prinsip akad *Mudārabah Mutlaqah* dengan nisbah bagi hasil khusus dengan jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan.

3) Tabungan iB *Al-Barakah*

Merupakan jenis tabungan yang memiliki dua akad pilihan yaitu *Mudārabah* dan *Wadī'ah*.

4) Tabungan iB Pelajar

Merupakan jenis tabungan yang khusus diperuntukkan bagi pelajar baik SD, SLTP dan SLTA yang dikelola berdasarkan akad *Mudārabah* dengan nisbah bagi hasil dan dapat ditarik setiap saat.

5) Tabungan iB haji *Ar-Rahman*

Merupakan jenis tabungan untuk memenuhi syarat dan biaya haji yang dikelola berdasarkan akad *Mudhārabah Mutlaqah*.

6) TabunganKuiB

Merupakan Jenis produk simpanan yang dikhususkan bagi pelajar baik SD, SLTP dan SLTA yang dikelola berdasarkan akad *Wadiah* yang dapat ditarik setiap saat.

b. Produk Penyaluran dana/Pembiayaan²

1) *Murābahah*

a) *Murābahah* Konsumtif

Merupakan jenis pembiayaan yang diperuntukkan untuk pembelian barang yang hanya dipergunakan untuk keperluan pribadi.

b) *Murābahah* Investasi

Merupakan jenis pembiayaan yang diperuntukkan bagi pemilik usaha untuk pembelian barang atau aset dalam rangka untuk menunjang usaha.

c) *Murābahah* Modal Kerja

Merupakan jenis pembiayaan yang diperuntukkan bagi pemilik usaha yang ingin menambah modal usaha dan mengembangkan usahanya.

2) Kerjasama

a) *Mudhārabah*

²Sumber: Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin.

Merupakan jenis produk pembiayaan berupa penanaman modal kepada nasabah untuk melakukan kegiatan usaha sesuai syariah dengan prinsip bagi hasil usaha antara kedua belah pihak dengan nisbah yang disepakati.

b) *Musyārahah*

Merupakan jenis produk pembiayaan berupa penanaman modal dari dua atau lebih pemilik dana untuk menjalankan usaha tertentu sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha antara bank dan nasabah berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

3) Jazirah iB Ar-Rahman

Jenis pembiayaan ini diperuntukkan bagi nasabah yang ingin menunaikan ibadah umrah namun memiliki keterbatasan dana.

4) Gadai Emas

Merupakan jenis produk pembiayaan dengan agunan emas baik emas batangan, koin maupun perhiasan menggunakan akad *Al-Qard*, *Rahn* dan *Ijārah*.

5) Kepemilikan Emas

Merupakan jenis pembiayaan yang diperuntukkan bagi calon nasabah yang ingin memiliki emas sebagai investasi jangka panjang.

6) Hunian iB Ar-Rahman

Jenis pembiayaan ini diperuntukkan pembangunan atau renovasi rumah tempat tinggal maupun ruko yang memerlukan proses

pembuatan atau pembangunan Dimana pembiayaan ini memiliki jangka waktu maksimal selama 3 tahun.

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap para informan tentang strategi penghimpunan dana dalam produk tabungan iB Haji Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin, maka diperoleh data identitas informan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Nama : Bobby Hermawan
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Jabatan : Pimpinan Kedai
 2. Nama : Bahrullah
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Jabatan : Staf Pemasaran
 3. Nama : Nodiya Vustasika Gamami
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Jabatan : *Costumer Service (CS)*
1. Pengertian produk Hunian iB Ar-Rahman menurut Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Bobby Hermawan sebagai pimpinan kedaipada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin, Pembiayaan Produk Hunian iB Ar-Rahman adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan

sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.³

2. Persyaratan dan ketentuan untuk melakukan pembiayaan Produk Hunian iB Ar-Rahman di Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan ibu Nodiya Vustastika Gamami selaku CS karyawan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin. Persyaratan dan ketentuan untuk melakukan pembiayaan Hunian iB Ar-Rahman yaitu:

- a. Mengisi formolir permohonan pembiayaan Hunian iB Ar-Rahman
- b. Menyerahkan fotocopy KTP dan kartu keluarga
- c. Menyerahkan fotocopy NPWP dan buku tabungan di Bank Kalsel Syariah
- d. Menyerahkan dan mengisi Dokumen lain yang dipersyaratkan oleh Bank.⁴

3. Tahun dikeluarkannya produk Hunian iB Ar-Rahman di Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin

Produk Hunian iB Ar-Rahman telah ada sejak berdirinya Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin tahun 2013, tetapi masih dinamakan *Murābahah konsumtif* dan hanya menggunakan akad Murabahah.

4. Kelebihan atau keunggulan dari produk Hunian iB Ar-Rahman di Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin, yaitu:

³Boby Hermawan, Pimpinan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin, *Wawancara Pribadi*, Paringin, 26 juni 2018, pukul 09:30 WITA.

⁴Nodiya Vustasika Gamami, sebagai Staf CS Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin, *Wawancara Pribadi*, Paringin, 25 Juni 2018, Pukul 09:30 WITA.

- 1) Memperoleh properti Hunian yang di inginkan secara mudah
 - 2) Proses mudah dan cepat
 - 3) Margin ataupun Ujrah yang sangat ringan dan kompetitif
 - 4) Bebas memilih akad yang di inginkan sesuai dengan kepentingan dan kemampuan
 - 5) Uang muka ringan dan terjangkau
 - 6) Jangka waktu sampai dengan 15 tahun
 - 7) Angsuran tetap selama jangka waktu pembiayaan⁵
5. Jumlah seluruh nasabah Hunian iB Ar-Rahman di Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Bahrullah sebagai Staf Pemasaran pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin jumlah seluruh nasabah Hunian iB Ar-Rahman di Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin ada 8 nasabah yang melakukan pembiayaan Hunian iB Ar-Rahman.⁶

6. Strategi Pengembangan Produk Hunian iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Bahrullah sebagai Staf Pemasaran pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin, yang berhubungan dengan strategi pengembangan produk Hunian iB Ar-Rahman, ketika pertama kali munculnya produk Hunian iB Ar-Rahman ini, Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin melakukan strategi pemasaran dengan cara sosialisasi secara langsung ke pegawai atau karyawan di berbagai instansi baik itu milik pemerintah maupun swasta, ada juga dengan cara membagi

⁵*Ibid.*

⁶Bahrullah, Staf Pemasaran Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin, *Wawancara Pribadi*, Paringin, 8 Juni 2018, pukul 09:45 WITA.

informasi tentang produk Hunian iB Ar-Rahman ditempat keramaian baik itu berupa spanduk dan brosur, agar bisa menghimbau calon-calon nasabah agar mengambil pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman. Setelah dikenal oleh masyarakat, Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin juga melakukan kerjasama dengan developer dan melakukan pengembangan dari berbagai aspek guna mengembangkan Produknya.

Beberapa strategi pengembangan produk Hunian iB Ar-Rahman yang dilakukan oleh Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin yang berhubungan dengan strategi pemasaran sebagai berikut:

a. Strategi produk

Produk pembiayaan yang dimiliki oleh Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin sangat beragam. Untuk itu menyampaikan manfaat dari pembiayaan yang ditawarkan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin pada umumnya menjelaskan mengenai perbedaan pembiayaan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin dengan produk yang lain, yakni perbedaan dengan pembiayaan pada bank lain yang terdapat pada sistem operasional yang menggunakan prinsip syariah yang menggunakan akad yang berbeda-beda.

b. Strategi Harga

Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin tidak memberi harga yang setinggi-tingginya hanya karena keinginan memperoleh keuntungan yang besar, juga tidak terlalu murah yang nantinya akan merugikan perusahaan. Jika seseorang calon nasabah diberikan angsuran yang tetap serta uang muka yang sesuai dengan kemampuan ekonominya,

maka Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin akan menghitung pembiayaan yang dapat ditawarkan sesuai dengan kemampuan calon nasabah tersebut.

c. Strategi Tempat

Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin mempunyai tempat distribusi yang strategis, dapat menjangkau populasi yang luas, dan memudahkan nasabah dan calon nasabah mengunjungi perusahaan, menjadi pertimbangan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin untuk menentukan lokasi perusahaannya. Hal ini dapat dilihat dari letak Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin berada persis di samping jalan raya kota Paringin yakni Jl. A. Yani Kelurahan Batu piring Paringin Kabupaten Balangan. Banyak keunggulan dari tempat berdirinya yaitu: sarana yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum, lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, tersedianya sarana prasarana yaitu ATM, sekitar bank banyak sekali toko-toko, serta respon masyarakat yang baik, dan adanya pesaing di lokasi tersebut.

d. Strategi Promosi

Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin melakukan promosinya dengan cara memasarkan produk kepada instansi-instansi, membagikan brosur, promosi lewat spanduk, melakukan promosi penjualan (*sales promotion*), juga menerapkan strategi *cross selling*. Dengan menggunakan strategi tersebut Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin dapat menjual produk/jasa tertentu kemudian menawarkan produk/jasa yang lainya namun berbeda sesuai dengan keinginan

nasabah. sehingga memudahkan nasabah untuk memilih produk/jasa yang diinginkan. Kegiatan *cross selling* yang biasa dilakukan oleh Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin yakni melalui lewat telpon dan tatap muka dari kunjungan nasabah. Adapun strategi promosi melakukan pendekatan dengan pihak pemerintah pusat/derah, dan melakukan pendekatan dengan pihak *supplier*.

7. Upaya meningkatkan produk Hunian iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Bahrullah sebagai Staf Pemasaran pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin, upaya dalam meningkatkan produk Hunian iB Ar-Rahman adalah lebih memperkuat kerja sama dengan instansi-intansi dan memberikan kelebihan bagi developer yang telah bekerja sama, menekankan kata syariahnya, jangka waktu yang panjang, margin yang bersaing dan dapat memberikan solusi dengan banyaknya pilihan akad.⁷

8. Kendala-kendala yang dihadapi Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin dalam mengembangkan produk Hunian iB Ar-Rahman

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Bobby Hermawan selaku pimpinan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin adalah karena kondisi ekonomi yang lebih lesu tingkat pembelian otomatis menurun,seringnya tanah yang masih belum berbentuk sertifikat hak milik, adanya sektor ekonomi yang tidak boleh di biyai seperti batubara dan karet yang mana pendapatan utama kabupaten Balangan saat ini

⁷Bahrullah, Staf Pemasaran Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin, *WawancaraPribadi*, Paringin, 8 Juni 2018, pukul 09:45 WITA.

disektor batubara dan karet serta kurangnya staf pemasaran di Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin.⁸

C. Analisis Data

Setelah menyajikan beberapa data sebagaimana tertuang pada bab IV, kemudian penulis menganalisis data tersebut untuk menjawab rumusan masalah pada bab I mengenai strategi pengembangan pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin.

1. Strategi pengembangan pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin.

Berdasarkan informan yang didapat penulis pada saat melakukan penelitian melalui wawancara, peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pengembangan pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin. Mengembangkan produk dalam suatu perusahaan itu sangat diperlukan agar produk yang dihasilkan dapat lebih berkembang. Perkembangan produk dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan dalam menghadapi perubahan suatu produk ke arah yang lebih baik sehingga dapat memberikan daya pemuas yang lebih besar. Strategi pengembangan produk yang dilakukan untuk mengantisipasi kondisi di masa depan. Pengembangan produk dimulai dari perusahaan sendiri, dengan cara mengembangkan pemasaran dari sisi produk adalah langkah yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh, sehingga masalah

⁸Boby Hermawan, Pimpinan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin, *Wawancara Pribadi*, Paringin, 26 juni 2018, pukul 09:30 WITA.

profitabilitas (kemampuan mendapatkan laba) serta popularitas dan kualitas sudah diterima di pasar.

Pembiayaan Produk Hunian iB Ar-Rahman adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah. Maka pada tahun 2013 Bank Kalsel Kediri Syariah Paringin mengeluarkan pembiayaan Hunian iB Ar-Rahman.

Pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Kediri Syariah Paringin dikelola dengan akad *istishnā*, *ijārah*, murabahah. Akad *istishnā* adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara (pembeli, *mustashni'*) dengan penjual (pembuat, *shani'*). *Ijārah* adalah akad antara bank (*muajjir*) dengan nasabah (*musta'jir*) untuk menyewa suatu barang/obyek sewa (*ma'jur*) milik bank dan bank mendapatkan imbalan jasa atas barang yang disewanya, dan diakhiri dengan pembelian obyek sewa oleh nasabah. Pembiayaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pembiayaan murabahah. Murabahah adalah akad pembiayaan dengan prinsip jual beli barang dengan harga pembelian barang ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Murabahah merupakan bagian dari jual beli dan sistem ini selalu ada pada produk di bank syariah. Prinsip jual beli dengan akad murabahah dapat dilakukan oleh nasabah individu maupun

badan usaha. Nasabah individu dapat menggunakan jasa bank syariah untuk membiayai semua keperluannya, seperti pembelian tanah, rumah, TV, kulkas, dan komputer. Demikian juga dengan pengusaha-pengusaha apapun, baik pengusaha rental mobil, tambang, produsen rokok, sepatu *developer*, maupun *kontraktor*, dapat menggunakan jasa bank syariah dengan skema murabahah untuk mendanai pengadaan bahan baku atau asetnya. Nilai transaksinya pun tidak dibatasi, dari jutaan sampai ratusan miliar sepanjang bank memiliki kemampuan untuk itu.⁹ Murabahah pada awalnya merupakan konsep jual beli yang sama sekali tidak ada hubungannya dengan pembiayaan. Namun demikian bentuk jual beli ini kemudian digunakan oleh perbankan syariah dengan menambah beberapa konsep lain sehingga menjadi bentuk pembiayaan. Akan tetapi, validitas transaksi seperti ini tergantung pada beberapa syarat yang benar-benar harus diperhatikan agar transaksi tersebut diterima secara Syariah.¹⁰ Akad ini diperbolehkan dalam Islam, karena akad murabahah, *istishnā* dan *ijārah* tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dan tidak ada ulama yang mengingkarinya.

Perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam bisnis guna menjaga kelangsungan dan perkembangan bisnis tersebut, dalam persaingan pasar yang sangat ketat saat ini. Oleh sebab itu, sudah saatnya perusahaan sangat penting memiliki strategi-strategi pemasaran yang efektif dipasaran agar masyarakat meminati produk Hunian iB Ar-Rahman.

⁹ Irma Devita Purnamasari, *op. cit*, hlm. 41

¹⁰ *Ibid*

Pemasaran pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin harus dilakukan dengan sebaik mungkin, agar dapat bersaing dengan bank-bank lainnya yang memiliki produk serupa, baik itu bank syariah maupun bank konvensional, agar dapat bertahan ditengah maraknya persaingan antar bank, Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin harus memiliki strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya, termasuk strategi pemasaran untuk pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman.

Dengan maraknya pembiayaan yang sama bukan hanya Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin yang satu-satunya mempunyai produk Hunian iB Ar-Rahman, tetapi hampir semua bank baik itu bank syariah maupun konvensional memiliki pembiayaan tersebut. Ini adalah sebuah tantangan yang dihadapi Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin dan harus dihadapi dengan strategi-strategi pemasaran yang tepat agar pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman ini dapat terus bertahan dan berkembang.

Pemasaran pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman tidak hanya semata-mata memberikan pembiayaan, tetapi bank juga memperhatikan kebutuhan nasabah yang biaya angsurannya tetap. Jadi nasabah pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman tidak perlu pusing dengan biaya angsuran yang biasanya bersifat tidak tetap. Biaya angsuran yang tetap sampai pembiayaan lunas merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki dari pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin.

Pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin sangat berpengaruh terhadap pemasaran produk tersebut, dan pemasaran yang baik sangat mempengaruhi kelangsungan nasib suatu bank. Agar bank dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat dengan bank-bank yang lain.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha. Strategi pemasaran yang ditetapkan harus dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar. 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.

Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin melakukan strategi pemasaran dengan cara sosialisasi secara langsung ke pegawai atau karyawan di berbagai instansi baik itu milik pemerintah maupun swasta, ada juga dengan cara membagi informasi tentang produk Hunian iB Ar-Rahman ditempat keramaian baik itu berupa spanduk dan brosur, agar bisa menghimbau calon-calon nasabah agar mengambil pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman. Setelah dikenal oleh masyarakat, Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin juga melakukan kerjasama dengan developer dan melakukan pengembangan dari berbagai aspek guna mengembangkan Produknya.

Beberapa strategi pengembangan produk Hunian iB Ar-Rahman yang dilakukan oleh Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin yang berhubungan dengan strategi pemasaran sebagai berikut:

a. Strategi produk

Produk adalah Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹¹

Produk pembiayaan yang dimiliki oleh Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin sangat beragam. Untuk itu menyampaikan manfaat dari pembiayaan yang ditawarkan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin pada umumnya menjelaskan mengenai perbedaan pembiayaan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin dengan produk yang lain, yakni perbedaan dengan pembiayaan pada bank lain yang terdapat pada sistem operasional yang menggunakan prinsip syariah yang menggunakan akad yang berbeda-beda.

c. Strategi Harga

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.¹²

Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin tidak memberi harga yang setinggi-tingginya hanya karena keinginan memperoleh keuntungan yang besar, juga tidak terlalu murah yang nantinya akan merugikan perusahaan. Jika seseorang calon nasabah diberikan angsuran yang tetap serta uang muka yang sesuai dengan kemampuan ekonominya, maka Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin akan menghitung

¹¹ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT RajaGrafindo persada, 2010), hlm. 174.

¹² *Ibid.*

pembiayaan yang dapat ditawarkan sesuai dengan kemampuan calon nasabah tersebut.

d. Strategi Tempat

Tempat dalam produk merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.¹³

Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin mempunyai tempat distribusi yang strategis, dapat menjangkau populasi yang luas, dan memudahkan nasabah dan calon nasabah mengunjungi perusahaan, menjadi pertimbangan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin untuk menentukan lokasi perusahaannya. Hal ini dapat dilihat dari letak Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin berada persis di samping jalan raya kota Paringin yakni Jl. A. Yani Kelurahan Batu piring Paringin Kabupaten Balangan. Banyak keunggulan dari tempat berdirinya yaitu: sarana yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum, lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, tersedianya sarana prasarana yaitu ATM, sekitar bank banyak sekali toko-toko, serta respon masyarakat yang baik, dan adanya pesaing di lokasi tersebut.

Dengan lokasi yang strategis memudahkan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin melakukan kegiatan distribusinya. Dalam melakukan kegiatan distribusinya bank biasanya menggunakan menggunakan pemasar yang langsung melakukan kegiatan pemasarannya. Hal ini

¹³*Ibid.*

dikarenakan untuk melakukan kegiatan pemasaran pembiayaan Hunian iB Ar-Rahman, maka Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin akan langsung berhubungan dengan bagian pemasar yang bersangkutan dan untuk itu diperlukan tenaga pemasar yang professional.

e. Strategi Promosi

Promosi adalah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan, mengenalkan, dan mempopulerkan produk dan bisnisnya kepada pasar sasaran.¹⁴

Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin melakukan promosinya dengan cara memasarkan produk kepada instansi-instansi, membagikan brosur, promosi lewat spanduk, melakukan promosi penjualan (*sales promotion*). juga menerapkan strategi *cross selling*. Dengan menggunakan strategi tersebut Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin dapat menjual produk/jasa tertentu kemudian menawarkan produk/jasa yang lainya namun berbeda sesuai dengan keinginan nasabah.sehingga memudahkan nasabah untuk memilih produk/jasa yang diinginkan. Kegiatan *cross selling* yang biasa dilakukan oleh Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin yakni melalui lewat telpon dan tatap muka dari kunjungan nasabah. Adapun strategi promosi melakukan pendekatan dengan pihak pemerintah pusat/derah,dan melakukan pendekatan dengan pihak *supplier*.

¹⁴ *Ibid.*

2. Kendala yang dihadapi dalam pengembangan produk Hunian iB Ar-Rahman

Pengembangan produk Hunian iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin banyak mengalami persaingan yang semakin ketat pada bank-bank lain apakah itu bank syariah dan konvensional yang mempunyai produk yang sama persis. Dalam persaingan yang ketat membuat bank-bank syariah atau konvensional untuk berlomba-lomba dalam menciptakan strategi pemasaran yang kreatif untuk menarik minat para calon nasabah memilih produk pembiayaan tersebut.

Pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman di Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin mengalami banyak tantangan serta memiliki kendala juga di dalam pemasarannya, dan tentu saja semakin ketatnya persaingan antar bank sangat mempengaruhi perkembangan produk tersebut.

Persaingan bank yang terjadi bukan hanya antara bank syariah, namun juga bank konvensional. Persaingan antar bank dalam memasarkan pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman merupakan sebuah kendala bagi Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin. Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin harus melakukan teknik pemasaran dengan seefektif mungkin.

Mengembangkan produk Hunian iB Ar-Rahman bukanlah hal yang mudah. Hal ini terbukti karena masih ada kendala yang dialami oleh pihak bank. Kendala tersebut terbagi menjadi dua, yakni kendala yang disebabkan oleh faktor internal dan kendala yang disebabkan oleh faktor eksternal. Penjabaran dari dua hal tersebut yaitu sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Kendala yang di hadapi oleh Bank kalsel Kedai Syariah Paringin adalah karena kondisi ekonomi yang lesu tingkat pembelian otomatis menurun, seringnya tanah yang masih belum berbentuk sertifikat hak milik, dan adanya sektor ekonomi yang tidak boleh di biayai seperti batubara dan karet yang mana pendapatan utama kabupaten Balangan saat ini adalah di sektor batubara dan karet, dan kurangnya staf pemasaran di Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin. Sehingga Strategi yang dilakukan Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin dalam pembiayaan produk Hunian iB Ar-Rahman ini berjalan sangat lambat.

b. Faktor Eksternal

1) Persaingan antar bank

Persaingan antar bank yang terjadi bukan hanya antar bank syariah, namun juga bank syariah dengan bank konvensional. Persaingan yang ketat membuat bank berlomba-lomba dalam menciptakan pemasaran produknya. Untuk dapat bersaing dengan produk Hunian iB Ar-Rahman dari bank lainnya. Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin harus melakukan strategi pemasaran dengan seefektif mungkin. Untuk meningkatkan daya saing produk dengan bank lain, pihak Bank Kalsel Kedai Syariah Paringin masih memerlukan beberapa waktu. Terlebih masyarakat sudah lebih dulu mengenal produk bank konvensional yang lain.

2) Minat calon nasabah terhadap bank syariah yang masih kurang, hal ini menjadi kendala eksternal yang biasa terjadi pada

masyarakat, dan hal ini yang dirasakan pihak Bank Kalsel Syariah Kedai Paringin yang menghambat lakunya pemasaran produk Hunian iB Ar-Rahman.

- 3) Selain itu, salah satu faktor yang menjadi kendala Bank Kalsel Syariah Paringin dalam memasarkan produk Hunian iB Ar-Rahman adalah minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah dan kesulitan lain dalam memasarkan produk Hunian iB Ar-Rahman adalah karena kurangnya pengetahuan/pemahaman masyarakat yang masih rendah terhadap operasi bank syariah. Meskipun jumlah penduduk di Balangan mayoritas beragama Islam, namun jumlah ini tidak menjamin keberadaan Bank Syariah diakui oleh masyarakat luas.