

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum PT. BNI Syariah

1. Sejarah Singkat PT. BNI Syariah

Kejadian krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.¹

¹Info Bni Syariah, *Sejarah BNI Syariah*, <http://www.bnisyariah.co.id>, (Di Akses Pada Tanggal 31 Maret, 2019 Pukul 16.44 wita).

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT. Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

PT. Bank BNI Syariah terus berkembang dari tahun ke tahun tercatat pada bulan Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Bank Layanan Gerak (BLG) dan 20 Payment Point.

2. Visi dan Misi

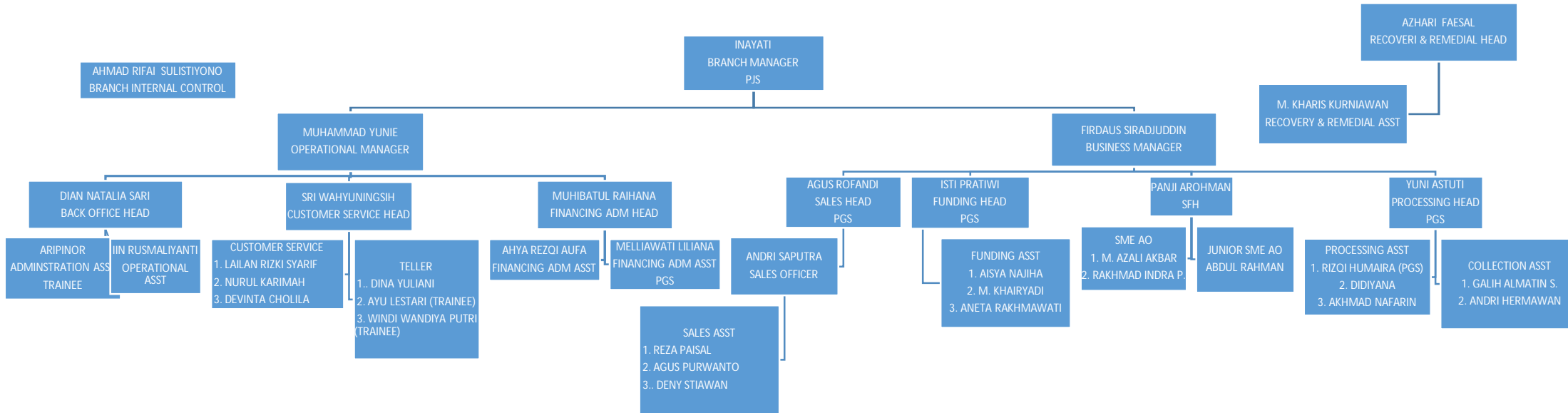
Visi BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”.

Misi BNI Syariah yaitu:

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.

2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

3. Struktur Organisasi



4. *Job Description* (Uraian Tugas)

Job description (uraian tugas) adalah gambaran dari tugas dan wewenang pihak yang terkait dalam suatu jenis pekerjaan pada sebuah instansi/perusahaan. Adapun *job description* (uraian tugas) dari pihak yang ada di BNI Syariah Banjarmasin sebagai berikut:

1. Pimpinan Cabang (*Branch Manager*)

- 1) Memimpin dan bertanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas kantor cabang syariah dan kantor pembantu syariah terutama dalam hal meningkatkan kualitas *assets* dan *liabilities*,
- 2) Bertanggung jawab sepenuhnya atas pelaksanaan fungsi manajemen secara optimal melalui pembentukan komite-komite yang melibatkan kantor cabang syariah dan kantor cabang pembantu syariah secara berkesinambungan sehingga berjalan dan berfungsi secara efektif,
- 3) Memimpin dan berperan aktif terhadap perkembangan implementasi *Office Channeling* produk BNI Syariah pada Kantor Cabang Konvensional dibawah kelolanya,
- 4) Memimpin dan bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan Prinsip Mengenal Nasabah (PMN) atau *Know Your Costumer* (KYC) sesuai ketentuan yang berlaku.

2. Pemimpin Bidang Operasional (*Operational Manager*)

- 1) Menyelia kegiatan pelayanan administrasi di *back office* dengan mengupayakan pelayanan yang optimal,

- 2) Memeriksa dan bertanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas harian operasional *front officer* dalam rangka memberikan pelayanan dan peningkatan bisnis untuk memaksimalkan kontribusi laba terhadap BNI secara keseluruhan,
 - 3) Mengembangkan perencanaan standar pelayanan bersama unsur pemimpin untuk mencapai standar pelayanan,
 - 4) Memberikan masukan kepada pemimpin cabang mengenai pengelolaan dan pengalokasian sumberdaya (manusia,fasilitas) dan aktivitas pegawai.
3. Penyelia Pembiayaan Produktif (*Small Medium Enterprise*)
- 1) Memasarkan produk pembiayaan produktif ritel,
 - 2) Memproses permohonan pembiayaan produktif ritel,
 - 3) Mengelola pemantauan nasabah pembiayaan produktif ritel, kolektabiliti 1 dan 2,
 - 4) Melakukan kerja sama dengan institusi/aliansi bisnis dalam rangka pemasaran produk pembiayaan,
 - 5) Melakukan kegiatan *cross selling* untuk produk-produk Bank BNI Syariah lainnya,
 - 6) Melakukan penelitian potensi ekonomi daerah dan menyusun peta bisnis.

4. Penyelia Pemasaran (*Consumer Sales*)

- 1) Menyelia langsung dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan memasarkan produk dan jasa perbankan kepada nasabah/calon nasabah,
- 2) Menyelia langsung dan berpartisipasi aktif dalam mengelola permohonan pembiayaan.

5. Penyelia Administrasi Keuangan (*Financing Administration*)

- 1) Melaksanakan dan berperan aktif dalam kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan administrasi pembiayaan.
- 2) Melaksanakan dan berperan aktif mengelola portopel pembiayaan.
- 3) Berpartisipasi aktif dalam gugus tugas khusus dalam komite yang dibentuk oleh Pemimpin Cabang Syariah dan Cabang Pembantu Syariah.
- 4) Berpartisipasi aktif dalam hal penyelesaian temuan audit.

6. Penyelia Keuangan dan Umum (*Back Office*)

- 1) Mengelola sistem otomasi di Kantor Cabang dan Kantor Layanan.
- 2) Menyelia langsung dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan mengelola transaksi dan administrasi kliring (termasuk KU/Inkaso-DN).
- 3) Mengelola kebenaran dan sistem transaksi keuangan Kantor Cabang Syariah dan Cabang Pembantu Syariah.

- 4) Menyelia langsung dan berpartisipasi aktif dalam mengelola kebutuhan logistik, akomodasi, kelengkapan kantor dan transportasi.
 - 5) Menyelia langsung dan berpartisipasi aktif dalam mengelola administrasi umum dan kearsipan.
 - 6) Melaksanakan dan berperan aktif dalam mengelola masalah kepegawaian.
7. Penyelia Proses (*Consumer Processing*)
- 1) Melakukan verifikasi data-data pada aplikasi dan kelengkapan dokumen penunjang pembiayaan konsumen.
 - 2) Melakukan verifikasi *on site* untuk calon nasabah segmen *non-fixed income* pembiayaan konsumen
 - 3) Mengkoordinasikan seluruh proses yang berkaitan dengan penilaian agunan (taksasi/hertaksasi) pembiayaan konsumen-*skoring* sehingga memperoleh nilai wajar dan tepat waktu.
 - 4) Melakukan analisa pembiayaan, melakukan proses penagihan dan membuat pengusulan pembiayaan
 - 5) Mendukung berjalannya program-program peningkatan budaya pelayanan.
8. Penyelia Layanan Nasabah (*Customer Service*)
- 1) Pelayanan semua jenis transaksi kas/tunai, pemindahan, setoran kliring dalam rangka memberikan pelayanan transaksi keuangan terbaik kepada nasabah.

- 2) Melakukan penyeliaan atas kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produk jasa/transaksi yang dikelola oleh Kantor Besar Syariah, atau pihak ketiga lainnya, yang dilakukan oleh asisten/pelaksana, antara lain aktivitas pelayanan *Payment Point* dalam sistem penerimaan pajak, PLN, Telkom, SPP, dll dari nasabah pemegang/bukan pemegang rekening, serta menyelesaikan pembukuannya.

9. Recovery & Remedial

- 1) Pemantauan proses penagihan (*call* atau *visit*) dan pemantauan penyelesaian kewajiban pembiayaan khususnya pembiayaan dengan kolektabilitas 3 (kurang lancar), 4 (diragukan), 5 (macet).
- 2) Pemantauan kewajiban nasabah pembiayaan konsumen
- 3) Penyelamatan dan penyelesaian pembiayaan produktif ritel, serta pembiayaan konsumen.
- 4) MAP (Memorandum Analisa Penyelamatan) dan memorandum perubahan kolektabilitas.
- 5) Penyusunan memorandum penghapus bukuan/penghapusan pembiayaan.

A. Penyajian Data

1. Identitas Informan

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh penulis dengan cara wawancara dan dokumenter penulis mendapatkan data-data yang berhubungan

dengan pembiayaan mudarabah yaitu dengan dua orang informan dan satu orang responden. Maka hasil penelitian diuraikan sebagai berikut:

1. Nama : Panji Arohman

Umur : 32

Jabatan: SME Financing Head

Alamat: Komp. Bunyamin 1

2. Nama : Abdul Rahman

Umur : 29

Jabatan: SME AO

Alamat : Banjarmasin

3. Nama : Ali Akbar

Umur : 47

Jabatan: Kasubah Humas UIN Antasari Banjarmasin

Alamat: Banjarmasin

Menurut informan produk pembiayaan mudarabah ialah pembiayaan yang melibatkan nasabah sebagai *muḍārib* dan pihak bank sebagai *ṣāhibul māl* dimana pihak nasabah yang ditargetkan ini berupa koperasi syariah yang didalamnya dikelola atau beranggotakan pns, atau pegawai tetap yang sudah sesuai dengan persyaratan yang ditentukan oleh pihak bank. Namun sebelumnya produk pembiayaan mudarabah di Bank BNI Syariah KC Banjarmasin ini menerima nasabah dari koperasi konvensional atau non syariah. Setelah kebijakan dari OJK keluar bahwa Bank BNI Syariah KC Banjarmasin pada produk pembiayaan

mudarabah hanya boleh menerima nasabah dari koperasi syariah. Setelah pihak OJK mengeluarkan peraturan seperti itu maka pembiayaan yang sudah diberikan kepada pihak koperasi konvensional terdahulu masih berjalan lancar sesuai kesepakatan diawal sampai pelunasan bayaran namun tidak bisa lagi melakukan pembiayaan baru. Produk pembiayaan mudarabah ini dipasarkan sudah lama dan produknyapun terbilang sudah ada sejak BNI Syariah berdiri. Jumlah nasabah sampai pada saat ini bisa dibbilang masih stabil tidak meningkat atau menurun karena koperasi syariah terbilang sedikit dan pembiayaan mudarabah sendiri risikonya bisa dibbilang cukup tinggi.²

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah KC Banjarmasin dalam memasarkan produk pembiayaan mudarabah ada empat alternatif yaitu produk, harga, promosi, dan tempat.

Produk pembiayaan mudarabah di Bank BNI Syariah KC Banjarmasin ini memiliki perbedaan produk pembiayaan konvensional. Diantaranya yakni selain sistem operasional syariah yang menggunakan bagi hasil yang berbeda dengan sistem konvensional yang menggunakan bunga dan sudah sesuai dengan prinsip syariah, proses mudah dan cepat, dan angsurannya tetap (tidak berubah-ubah), memberikan pelayanan terbaik, memenuhi pembiayaan sesuai dengan kebutuhan nasabah sesuai prinsip syariah serta menawarkan tarif yang bersaing dengan bank yang lain. Tentunya hal ini merupakan kelebihan dari produk pembiayaan mudarabah.

² Panji Arohman, SME Financing Head, Wawancara Pribadi, 22 Februari 2019 jam 17.00.

Mengenai harga dalam pembiayaan mudarabah calon nasabah dapat memperoleh pembiayaan sesuai dengan keperluan dari pihak nasabah sendiri dan dengan jangka waktu yang telah disepakati. Mengenai angsuran yang lebih pasti dan sudah disepakati bersama dan angsuran yang dibayarkan tetap tidak berubah setiap bulannya sampai lunas. Pihak bank sudah mempunyai target atau hitungan sendiri sesuai denganajuan pembiayaan yang diajukan oleh nasabah dan tentu dengan pembagiannya pun tidak merugikan satu sama lain dan yang jelas pembiayaan mudarabah pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin ini menawarkan tarif yang bersaing dengan bank yang lain.

Lokasi Bank BNI Syariah KC Banjarmasin berada persis disamping jalan raya kota Banjarmasin yakni Jl. Jend. Ahmad Yani Km.4 No.385, Kebun Bunga, Kec. Banjarmasin Timur, Kalimantan Selatan. Banyak keunggulan dari tempat berdirinya yaitu, sarana yang mudah dijangkau oleh transportasi umum, lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, tersedianya sarana prasarana seperti ATM, WIFI, *Mobile Banking*, sekitar bank banyak sekali toko-toko, serta respon masyarakat yang baik. Dengan lokasi yang strategis ini memudahkan Bank BNI Syariah KC Banjarmasin melakukan kegiatannya.

Bentuk promosi yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah KC Banjarmasin yaitu dengan melakukan pendekatan ke sejumlah pasar ataupun masyarakat secara langsung. Sarana yang digunakan dalam memasarkan produk-produk pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin ialah dengan flayer/brosur, dan spanduk. Namun yang lebih di targetkan ialah koperasi-koperasi syariah, karena pembiayaan mudarabah ini terbilang risikonya cukup tinggi dari pembiayaan lain oleh karena

itu pihak bank sudah menentukan standar atau ketentuan sendiri dalam memilih calon nasabah yang ingin melakukan pembiayaan ini. Jadi promosi yang dilakukan pihak bank sendiri cenderung tidak yang ambisius karena setelah pihak ojk menetapkan peraturan yang boleh melakukan pembiayaan mudarabah ini tersebut harus dari instansi syariah maka dari itu sampai saat ini pun yang menjadi nasabah tetap itu hanya koperasi karyawan dari UIN Antasari Banjarmasin.³

Menurut responden strategi yang di terapkan atau yang dilakukan oleh pihak Bank BNI Syariah KC Banjarmasin sudah sesuai dengan standar pemasaran pada umumnya dan sesuai dengan ketentuan syariat islam. Responden mengatakan bahwa pemasaran yang dilakukan pihak bank terbilang secara langsung atau melalui pendekatan kepada pihak nasabah dimana pihak bank menawarkan produk mudarabah dengan jelas dan lugas serta jujur dalam memberikan informasi sehingga pihak nasabah atau respondenpun nyaman untuk memahami produk yang ditawarkan sehingga pihak responden atau nasabah bisa membandingkan dengan bank lain guna mengetahui keuntungan yang bisa diperoleh lebih banyak atau lebih sedikit dari Bank BNI Syariah KC Banjarmasin. Setelah membandingkan terhadap semua bank yang mempunyai produk pembiayaan mudarabah barulah pihak nasabah atau responden ini memutuskan untuk melakukan pembiayaan mudarabah pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin, karena sudah mengetahui kalau keuntungan yang didapat lebih besar dibandingkan produk mudarabah pada bank syariah lain.⁴

³Abdul Rahman, SME EO, Wawancara Pribadi, 22 Februari 2019 jam 11.08.

⁴Ali Akbar, Kasubag Humas UIN Antasari Banjarmasin, Wawancara Pribadi 9 Mei 2019 jam 14.30.

Strategi dalam memasarkan produk perbankan merupakan hal yang penting, karena keberhasilan ataupun kegagalan suatu upaya pemasaran akan sangat berpengaruh dalam memperoleh calon nasabah dan dalam hal ini sebagai bank yang terus berkembang, Bank BNI Syariah KC Banjarmasin senantiasa meningkatkan mutu, kualitas, pelayanan, dan melakukan terobosan yang cukup hebat sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang tentunya dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan pihak bank.

Kendala yang dihadapi Bank BNI Syariah KC Banjarmasin dalam memasarkan pembiayaan mudarabah adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk-produk perbankan syariah. Adapun kendala lainnya dalam memasarkan produk pembiayaan mudarabah adalah bank lain juga mengeluarkan produk pembiayaan serupa, baik bank syariah maupun bank konvensional dan juga setelah adanya peraturan dari pihak ojk bahwa koperasi konvensional tidak boleh melakukan pembiayaan mudarabah kecuali koperasi syariah, jadi peraturan tersebut mengakibatkan koperasi konvensional yang sudah melakukan pembiayaan mudarabah pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin sebelum adanya peraturan dari ojk tidak bisa lagi melakukan pembiayaan tersebut.⁵

B. Analisis Data

1. Strategi Pemasaran Pembiayaan Mudarabah pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin

Semua perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler istilah pemasaran

⁵Panji Arohman, SME Financing Head, Wawancara Pribadi, 22 Februari 2019 jam 17.00.

muncul pertama kali sejak kemunculan istilah barter. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Marketing (pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*).⁶

Dalam dunia perbankan sendiri terdapat strategi-strategi dalam pemasaran tentunya saja dalam bank syariah yang ada di Banjarmasin, tidak dipungkiri bahwa strategi pemasaran yang dilakukan bank syariah sedikit banyaknya sama dengan bank konvensional namun pasti ada perbedaan yang membedakan antara cara bank syariah dan bank konvensional dalam memasarkan produk-produknya. Dalam memasarkan produk-produk suatu bank tentunya bank syariah yang perlu diperhatikan dalam melakukan pemasaran adalah menganalisis lingkungan pemasaran.

Dengan melakukan pengamatan lingkungan secara sistematis, para pemasar dapat memperbaiki dan menyesuaikan strategi-strategi pemasaran dengan tantangan dan peluang baru menarik calon nasabah. Selain daripada itu menganalisis perilaku calon nasabah juga sangat perlu karena itu bisa menunjang keefektifan kita untuk menawarkan suatu produk terhadap calon nasabah tersebut.⁷ Penulis menganalisa pemasaran Bank BNI Syariah KC Banjarmasin dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Karena dalam dunia

⁶Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 37.

⁷ Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa*, (Erlangga Jakarta, 2012), hal 165.

pemasaran selalu terkait dengan yang namanya bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam bauran pemasaran itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen lain. Elemen-elemen yang ada dalam bauran pemasaran adalah produk, promosi, harga, dan tempat. Oleh karena itu, setiap elemen membutuhkan strategi tersendiri, namun tetap akan terkait dengan strategi pada elemen lainnya⁸. Berikut strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin yaitu produk, harga, promosi, dan tempat.

Produk pembiayaan yang dimiliki oleh Bank BNI Syariah KC Banjarmasin sangat beragam, dan sudah tentu sangat islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Karena tujuan dari prinsip perbankan syariah adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank konvensional atau bank umum.

Produk yang ditawarkan Bank BNI Syariah KC Banjarmasin sesuai dengan prinsip syariah. Terutama produk pembiayaan mudarabah, pembiayaan mudarabah adalah pembiayaan yang kontraknya bebas dari riba. Untuk merebut calon nasabah, maka bank harus berusaha sebaik mungkin dalam memasarkan produk tersebut. Nasabah tidak akan datang sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian, sehingga berminat untuk melakukan membeli produk bank. Menurut Kasmir konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dari

⁸Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 186.

kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok.⁹ Memenuhi kebutuhan pemakai sering kali berarti mengubah produk-produk yang telah ada. Salah satu strateginya adalah diferensiasi produk. Diferensiasi produk berarti penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik pelanggan.¹⁰ Seperti yang ada pada Bank BNI Syariah produk pembiayaan mudarabah yang dimilikipun mempunyai kelebihan sehingga diferensiasi produk terealisasi. Adapun kelebihan dari produk pembiayaan mudarabah ini diantaranya akad sesuai prinsip syariah, prosesnya mudah dan cepat, serta angsuran tetap (tidak berubah-ubah).

Akad yang sesuai dengan prinsip adalah akad yang bebas dari yang namanya riba. Sudah kita ketahui bersama bahwa riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam islam.¹¹ Karena dalam islam sudah dijelaskan bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan riba adalah haram. Dengan akad yang sesuai prinsip syariah maka akan membuat nasabah merasa aman karena produk pembiayaan yang digunakan sesuai dengan syariat islam.

Bagi calon nasabah yang telah memenuhi kriteria dan persyaratan yang diajukan pihak bank serta bank sudah menyetujui pengajuan pembiayaan,

⁹Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 178.

¹⁰ Nurul Huda, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok: PT. Kharisma Putera Utama, 2017), hlm.17.

¹¹Ahmad Roziq, *Buku Cerdas Investasi dan Transaksi Syariah*, (Surabaya: Dinar Media, 2012), hlm. 14.

selanjutnya bank akan melakukan akad dengan nasabah dan setelah itu dilakukan pencairan dana pembiayaan.

Jumlah angsuran pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin bersifat tetap tidak berubah-ubah sesuai dengan kesepakatan diawal sampai pembiayaan lunas. Sementara pada kredit bank konvensional, jumlah angsuran bersifat tidak tetap karena tergantung pada tingkat suku bunga yang berlaku. Dengan jumlah angsuran yang bersifat tetap nasabah akan merasa tenang karena selama masa pembiayaan besar angsuran tidak akan berubah meskipun kondisi ekonomi sedang tidak baik. Keuntungan yang didapat nasabah dari pembiayaan mudarabah ini yaitu nasabah mendapat tambahan modal untuk mengembangkan usahanya, modal pengembalian bisa diangsur dengan angsuran tetap dan yang pasti akad dijalankan sesuai dengan prinsip syariah.

Memilih harga jual yang paling sesuai kadang-kadang juga merupakan tindak penyeimbangan. Di satu sisi, harga harus mendukung beragam biaya seperti biaya operasi, administrasi, dan riset organisasi itu selain juga biaya pemasaran, seperti biaya iklan dan biaya penjual. Di sisi lain, harga tidak dapat terlalu tinggi karena pelanggan dapat berpindah ke produk-produk pesaing. Pihak bank sudah menentukan atau mempunyai hitungan sendiri untuk pembagian hasil dari pembiayaan mudarabah ini dari hitungan tersebut pastinya tidak merugikan kedua belah pihak maupun dari pihak bank ataupun pihak nasabah sendiri. Sesuai dengan firman Allah dalam QS. An-Nisa: 29

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang yang beriman janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela diantaramu”. (QS. An-Nisa: 29).¹²

Dari kesinambungan ayat tersebut dengan data yang sudah di sampaikan oleh informan bahwasanya pihak bank sudah sangat paham tentang pembagian keuntungan dari bagi hasil ini tersebut sebab pihak bank tidak mengambil keuntungan yang berlebih atau tidak sesuai dengan akad yang di sudah ditentukan di awal otomatis kedua belah pihak akan saling menguntungkan dan kerugian ditanggung dengan sesuai kesepakatan bersama. Seperti keterangan dari responden yang selaku nasabah dari pembiayaan mudarabah di Bank BNI Syariah KC Banjarmasin sendiri menuturkan bahwa harga yang dikenakan atau margin yang di berikan pihak bank terhadap nasabah cukup bisa bersaing dengan bank yang lain oleh sebab itu, pihak nasabah mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan mudarabah pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin ini.

Penentuan tempat atau lokasi bertujuan untuk sebagaimana suatu perusahaan memberikan kemudahan untuk konsumen mendapatkan akses terhadap barang atau jasa. Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. Bank BNI Syariah KC Banjarmasin letaknya sangat strategis dan mudah ditemukan karena terletak di samping jalan raya tepatnya dekat fly over dan kampus UIN Antasari Banjarmasin.

¹²Ascarya *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers 2013). hlm, 36.

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang digunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan untuk mengadakan promosi. Dari penyajian diatas promosi disini sudah sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Dilihat dari segi marketing melakukan pendekatan terhadap calon nasabah pun sudah bisa menggunakan keteladanan yang sudah dimiliki Nabi Muhammad SAW yaitu benar, terpercaya, menyampaikan, dan cerdas.

Sifat benar bermaksud jujur. Benar dalam arti kata memberitahukan sesuatu secara benar dan tidak ada unsur penipuan ataupun bermaksud menyembunyikan sesuatu. Pihak bank saat melakukan pendekatan atau promosi terhadap calon nasabah sudah memberikan informasi yang jelas, jujur dan benar kepada calon nasabah. Walaupun pihak bank dalam memasarkan produk mudarabah ini harus bersaing dengan bank lain yang juga memiliki produk mudarabah, pihak bank tidak pernah memberikan keterangan tidak baik atau palsu tentang bank lain. Sifat jujur sangat diperlukan dalam sebuah pemasaran maupun kehidupan sehari-hari.

Perkataan terpercaya memiliki sinonim dengan perkataan jujur. Terpercaya juga merupakan satu lagi pendekatan pemasaran secara islam. Terpercaya yang dimaksudkan disini adalah amanah kepada pencipta dengan mengakui tentang harta dan rezeki didunia ini adalah milik-Nya. Terpercaya berarti tidak

mengurangi atau menambah apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan tidak boleh ditambah, termasuk harga jual yang telah ditentukan kecuali atas pengetahuan pemilik barang. Seseorang yang diberi amanah harus benar-benar menjaga dan memegang amanah tersebut. Pihak bank menjalankan pembiayaan ini sesuai dengan prinsip syariah salah satunya tidak membebankan terhadap nasabah, seperti halnya pada bank konvensional. Sistem bunga yang diterapkan bank konvensional termasuk membebankan kepada nasabahnya karena angsuran yang di bayarkan pasti akan berbeda-beda sesuai dengan suku bunga pada saat itu. Tapi tidak halnya dengan pembiayaan mudarabah pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin sistem bagi hasil disini sesuai dengan ketentuan dan akad yang sudah disepakati bersama, dan angsuran yang harus dibayar nasabah pun tidak berubah-ubah setiap bulannya.

Cerdas yang dimaksudkan disini ialah bijaksana yaitu dalam menjalankan praktik pemasaran sehingga tidak melupakan urusan akhirat. Bijaksana disini juga bermaksud tidak putus asa dan kecewa, sebaliknya memiliki kekayaan pemikiran yang positif terhadap seluruh proses pemasaran. Pihak marketing dalam memasarkan produk pembiayaan ini sudah melalui proses *training* dimana pihak bank memberikan pelatihan atau arahan bagaimana cara memikat nasabah dan cara menyikapi nasabah yang memiliki sifat berbeda masing-masing, sehingga pihak pemasar dalam memasarkan produk sudah lugas dalam menjelaskan produk yang ditawarkan dan nasabah tertarik untuk melakukan pembiayaan mudarabah pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin.

Menyampaikan sesuatu dengan objektif dan ikhlas. Pemasaran secara harus memiliki sifat karena ini juga berlaku pada semua proses dan strategi pemasaran. Komunikasi antar pemasar dan calon nasabah sangatlah penting oleh karena itu pihak marketing harus paham betul bagaimana cara berkomunikasi dengan baik itu sebabnya training yang diadakan pihak bank itu sangatlah menunjang keefektifan pihak marketing dalam berkomunikasi¹³. Cara penyampaian pihak marketing Bank BNI Syariah KC Banjarmasin harus sampai ke nasabah, maksud harus sampai disini pihak pemasar harus menjelaskan secara jelas dan tidak bertetele-tele dalam menyampaikan produk yang ditawarkan, dan ini terlihat jelas bahwa dari penyajian diatas pihak marketing sudah melakukan pemasaran produk mudarabah ini dengan berkomunikasi dengan nasabah secara jelas dan lugas sehingga apa yang disampaikan pihak pemasar sudah bisa dicerna oleh nasabah.

Selain melakukan pendekatan terhadap nasabah pihak bank memiliki strategi pemasaran untuk memasarkan produk mudarabah ini dengan menggunakan flayer/brosur atau spanduk. Yang mana dalam hal ini sudah tertera dalam buku kasmir yaitu macam-macam sarana yang dapat dilakukan dalam sebuah promosi ialah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*).¹⁴ Hal ini sudah jelas bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Bank BNI Syariah KC

¹³Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm 272.

¹⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 246.

Banjarmasin dalam memasarkan produk mudarabah sudah sesuai dengan ketentuan syariat islam dan teori pada umumnya.

2. Kendala yang dihadapi oleh Bank BNI Syariah KC Banjarmasin dalam memasarkan produk pembiayaan mudarabah.

Dalam memasarkan produk pembiayaan mudarabah kepada masyarakat bukanlah hal yang mudah. Hal ini terbukti masih ada kendala yang dialami oleh pihak Bank BNI Syariah KC Banjarmasin. Kendala tersebut, yaitu pesaing antar bank, minimnya pengetahuan masyarakat tentang sistem syariah, peraturan OJK.

Pesaing antar bank yang terjadi bukan hanya antar bank syariah saja, namun juga bank konvensional. Persaingan yang ketat membuat koperasi membuat bank berlomba-lomba dalam menciptakan pemasaran produknya. Untuk dapat bersaing dengan produk bank lainnya, Bank BNI Syariah KC Banjarmasin harus melakukan strategi pemasaran dengan baik yaitu meningkatkan dari segi promosi dan melihat dari segi harga bank lain sehingga bisa bersaing.

Kesulitan lain dalam memasarkan produknya adalah karena kurangnya pengetahuan/pemahaman masyarakat yang masih rendah terhadap sistem syariah. Meskipun jumlah penduduk mayoritasnya beragama islam. Namun jumlah ini tidak menjamin keberadaan bank syariah diakui oleh masyarakat. Mereka terkadang ada yang menganggap bahwa sistem syariah sama dengan konvensional. Namun, Bank BNI Syariah KC Banjarmasin dengan melakukan promosi secara langsung dengan masyarakat dapat mengatasi kendala tersebut. Minimnya pengetahuan masyarakat ini menjadi salah satu hal yang termasuk yang

harus diperhatikan dalam pengembangan perbankan syariah¹⁵ di Indonesia karena ini merupakan hal yang penting dalam berkembangnya perbankan syariah dan produk-produk yang dipasarkan termasuk pembiayaan mudarabah.

Dengan adanya peraturan OJK bahwa yang boleh melakukan pembiayaan mudarabah hanya instansi syariah, pemasaran yang dilakukan Bank BNI Syariah KC Banjarmasin menjadi terbatas karena hanya bisa melakukan pemasaran pada instansi syariah termasuk Koperasi Syariah UIN Antasari Banjarmasin. Seperti yang ada pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 111, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5253) memutuskan dan menetapkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang penyelenggaraan usaha pembiayaan syariah. Pasal 1, pembiayaan syariah adalah penyaluran pembiayaan yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah, dan prinsip syariah adalah ketentuan hukum islam berdasarkan fatwa dan pernyataan kesesuaian syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.¹⁶

Dengan adanya kendala dan tantangan dalam hal pemasaran tersebut, maka disinilah kemampuan, keuletan, dan kreatifitas dalam berbisnis dituntut. Agar bisnis dapat tetap bertahan dalam persaingan. Walaupun sulitnya persaingan yang dihadapi, dalam pemasaran islam strategi pemasaran tidak boleh keluar dari etika pemasaran.

¹⁵Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana 2010), hlm. 107.

¹⁶Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/POJK.05/2014 tentang Penyelenggara Usaha Pembiayaan Syariah, hlm. 2.

Pemasaran dalam islam mengajarkan bahwa tanggung jawab seseorang pemasar, berakhir tidak hanya kepada perusahaan tetapi juga dapat mempertanggung jawabkan segenap produk dan proses pemasaran dihadapan Allah Swt. Karena pemasaran merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah.