

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Bank Kal-Sel Syariah

1. Sejarah Singkat Bank Kal-Sel

Bank pembangunan daerah Kalimantan Selatan adalah bank milik pemerintah provinsi Kalimantan Selatan bersana-sama dengan Pemerintah Kota/Kabupaten se-Kalimantan Selatan dan didirikan pada tanggal 25 Maret 1964 atas dasar Peraturan Daerah Tingkat 1 Kalimantan Selatan Nomor 4 Tahun 1964, berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tentang ketentuan Pokok Bank pembangunan Daerah dengan modal besar sebesar Rp 100.000.000,00 serta memperoleh izin dari usaha Menteri Urusan Bank Sentral/Gubernur Bank Indonesia sesuai dengan Surat Keputusan Nomor 26/UBS/65 tanggal 31 Maret 1965.

Seiring berjalan waktu, guna penyesuaian terhadap berbagai perubahan yang terjadi, telah dilakukan beberapa kali pergantian kepala daerah. Saat ini landasan hukum yang mengatur pendirian bank kalsel adalah peraturan daerah Provinsi Kalimantan Selatan Nomor 11 Tahun 2008, dimana modal dasar bank ditetapkan sebesar Rp 500.000.000.000,00 (lima ratus milyar rupiah).

Tujuan pendirian bank kalsel adalah untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat

melalui kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip konvensional maupun syariah.

Bank kalsel sebagai salah satu alat kelengkapan otonomi daerah di bidang perbankan mempunyai tugas:

- a. Sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah
- b. Sebagai pemegang kas daerah dan atau melaksanakan penyimpanan uang daerah.
- c. Sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD).
- d. Turut membina lembaga perkreditan (BKK&LPUK) dan bank perkreditan rakyat (BPR) milik pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten/kota.

Dengan demikian, Bank Kalsel diharapkan mempunyai peran yang cukup besar dalam pembangunan di Kalimantan Selatan, khususnya di bidang ekonomi, sosial dan pembangunan daerah.

2. 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 system* oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, maka untuk menjawab tantangan tersebut, Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan telah

melakukan perubahan dengan Perda Nomor 16 Tahun 2003 yang memuat pembentukan operasional unit usaha syariah.

Pada tanggal 13 Agustus 2004 Bank BPD Kalsel Syariah hadir dalam rangka memberikan alternatif pelayanan perbankan kepada masyarakat Kalimantan Selatan yang mayoritas beragama Islam. Mulai saat itu Bank BPD Kalsel Syariah memulai periode baru operasional berbasis syariah dengan membuka Kantor Cabang Syariah Banjarmasin yang berkantor di Jalan Brigjend. H. Hasan Basry Nomor 8 Telepon (0511) 3304201,3303827 fax (0511) 3304111.

Dan pada tanggal 4 Desember 2005 telah dibuka Kantor Cabang Syariah Kandangan yang berkantor di Jalan Jend. Sudirman RT.4 Tibung Raya Kandangan Telepon (0517) 2228, faximile (0517) 23768 , dan Insha Allah akandisusul oleh Kantor-kantor Cabang Syariah lainnya di Kalimantan Selatan.

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. Direktur yang membidangi Unit Usaha Syariah adalah H.Aspulani H.A.T.,sedangkan Dewan Pengawas Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Prof. DR. KH. Kamrani Buseri, MA.,sebagai ketua
- b. Dr. Muhaimin, S. Ag, MA, sebagai anggota.

Bank Kalsel Syariah dalam mengembangkan usahanya terus membuka kantor-kantor baru baik kantor cabang, kantor cabang pembantu, ataupun kedai-kedai syariah seperti terdapat di IAIN Antasari dan RS. Anshari Saleh Banjarmasin.

Dibukanya Unit Layanan Syariah dilatar belakangi oleh kecenderungan semakin berkembangnya perbankan syariah di Indonesia sejak sepuluh tahun terakhir. Selain berdiri bank-bank khusus yang memberi jalan layanan syariah, bank-bank konvensional juga membuka unit layanan syariah. Sejalan dengan berkembang tersebut maka BPD Kalsel juga melakukan hal yang sama dengan melihat kondisi yang objektif masyarakat Kalimantan Selatan yang secara umum adalah masyarakat agamis.

Unit layanan syariah BPD Kalsel ini sudah dioperasikan sejak awal tahun 2007 dan kemudian diresmikan oleh wakil gubernur Kalsel H. M. Rosehan Noor Bahri, SH pada tanggal 12 September 2007. Bank BPD Kalsel Syariah Banjarmasin yang beralamat di Jalan Brigjen H. Hasan Basry nomor 8 Banjarmasin, kodepos 70123, telepon (0511) 3304201, 3303827, 3301032 dan fax (0511) 33041111.⁵²

Unit layanan syariah BPD Kalsel terus dikembangkan, selain berpusat di Banjarmasin juga dibuka cabang-cabang di kabupaten/kota lainnya di Kalsel. Kantor-kantor cabang itu dibagi dua dengan cakupan wilayah sebagai berikut:⁵³

⁵² file:///D:/BaiduDownloads/BANK KALSEL/Bank Kalsel/ Sejarah Singkat Bank Kalsel. Diakses pada tanggal 24 Mei 2015 pukul 09.00 wita.

⁵³ Bersumber dari Bank Kalsel Syariah Banjarmasin.

- a. Kantor BPD Kalsel Banjarmasin mencakup wilayah Banjarmasin, banjarbaru, marabahan, martapura, pelaihari dan abtulicin.
- b. Kantor cabang BPDandangan, mencakup wilayahandangan, rantau, barabai, amuntai dan tanjung.

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 di reksi 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 Alquran adalah riba.

4. 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.

Adapun visi misi dari Bank Kalsel Syariah adalah:

a. Visi

“Menjadi bank yang unggul di daerah dan berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi”

b. Misi

Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan adalah :

1. Penyedia layanan jasa perbankan yang berkualitas.
2. Penggerak pendorong ekonomi daerah.
3. Pemegang/menyimpan dana kas daerah.

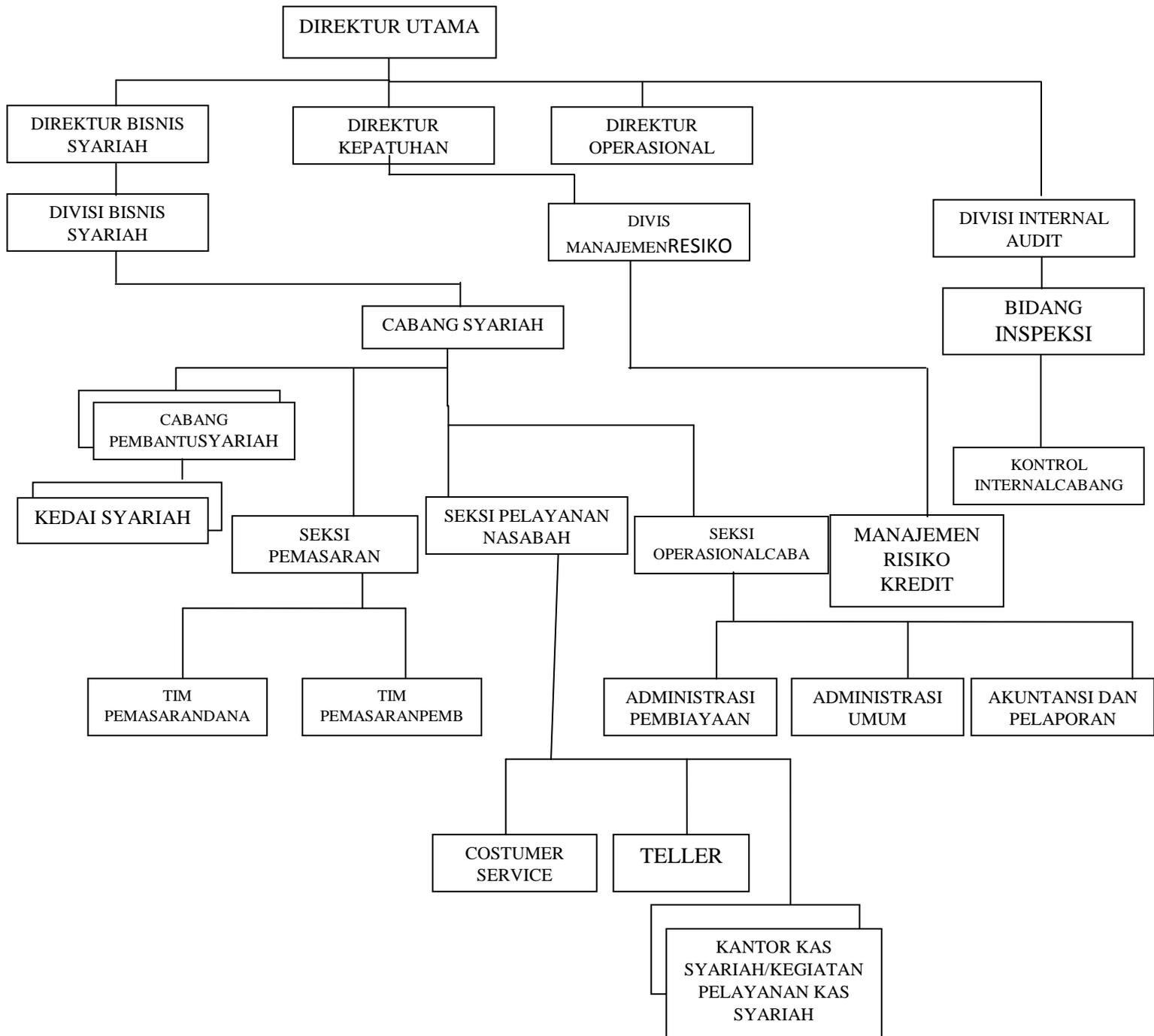
4. Salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah
5. Turut membina lembaga perkreditan atau Bank Perkreditan Rakyat milik Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Daerah

5. Struktur organisasi dan Job Description

a. Struktur Organisasi

Struktur organisasi selalu mempunyai suatu sistem organisasi agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai dengan baik. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas maka akan dapat ditentukan pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing anggota dalam organisasi tersebut. Adapun struktur organisasi pada bank kalsel syariah cabang banjarmasin adalah sebagai berikut dapat dilihat gambar:

Struktur Organisasi Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pusat Banjarmasin



Tabel 4.1

Sumber: Bank Kalsel Syariah Banjarmasin 2015

b. Job Description

1) Kepala Cabang

Kepala Cabang bertugas meneliti dan menganalisa kegiatan operasi kemungkinan perluasan dan pengembangan operasi di kantor cabang pembantu, menyusun rencana anggaran, mengawasi dan membina para bawahan agar bekerja secara berdaya guna dan bertanggung jawab terhadap semua kegiatan yang dilakukan oleh bawahan.

2) Cabang Pembantu Syariah

Cabang pembantu syariah dirancang guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan syariah sebagai salah satu alternative layanan perbankan, sejalan dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi daerah dan keberagaman kebutuhan masyarakat.

3) Seksi Pemasaran

Seksi pemasaran melakukan beberapa tugas mulai dari mencari dana, menilai permohonan pembiayaan dan risikolabel (kebenaran lampiran) usaha maupun penggunaan pembiayaan sampai ke jaminan, melayani debitur mulai dari pencairan dan sampai pelunasan ataupun pembayaran-pembayaran lain yang dilakukan oleh debitur, menyiapkan surat persetujuan pembiayaan, sertamenyediakan akad pembiayaan sertapengikatanjaminan.

4) Seksi Pelayanan Nasabah

Seksi pelayanan nasabah memberi informasi mengenai operasional bank syariah beserta produk-produknya, mengelola administrasi nasabah baru,

melayani pembukaan dan penutupan tabungan,
dan melayani pencairan awal serta bagi hasil.

5) Seksi Operasional Cabang

Operation Officer bertugas melakukan fungsi kontrol dan supervisi terhadap pekerjaan teller dan satpam, membantu kepala cabang pembantu dalam pelaksanaan rencana kerja tahunan, rencana operasional dan pelayanan dengan mengikuti aturan *compliance* dan *control* serta menjalankan dan mengikuti rencana kerja tersebut, bertanggung jawab penuh terhadap kegiatan operasional di cabang serta dapat membantu memberikan solusi terhadap permasalahan operasional serta memonitor penyelesaiannya, melakukan pemeriksaan harian untuk laporan, pembukuan rekening, pelaporan BI, verifikasi nasabah, neraca, laba rugi, rekening perantara. Bertanggung jawab atas likuiditas kas di cabang, *test key*, *filling* dokumen dan perawatan gedung, membuat registrasi dan bertanggung jawab terhadap keberadaan inventaris kantor dan alat tulis kantor (ATK), serta warkat berharga yang ada di unit.

6) Kontrol Internal Cabang

Kontrol internal cabang mempunyai tugas mengawal Prudentialitas operasional di cabang, baik dalam bidang pembiayaan maupun bidang transaksi operasional.

6. Divisi & Pemimpin Cabang

Direktur Bisnis Syariah (UUS)	Supian Noor
Pemimpin Divisi Bisnis Syariah	Hj. St. Yulian Noor
Pemimpin Kantor Cabang Syariah Banjarmasin	A. Fatrya Putra
Pemimpin Kantor Cabang Syariah Kandungan	Imam Musanif
Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah Batulicin	Noor Khalis
Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru Q – Mall	Gt. Achmad Nawawi
Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) IAIN Antasari	Akhmad Riadi
Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Kayutangi	Farid Muzakir
Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Amuntai	Saikun
Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Martapura	Achmad Solihin
Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Paringin	Indra Dermawan
Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Barabai	Ismet Suryadi

Tabel 4.2

Sumber : Bank Kalsel Syariah Banjarmasin 2015

Adapun Manajemen Bank Kalsel termasuk:

Dewan Komisaris

Komisaris Utama Independen	: Drs. H. Napsiani Samandi, M.AP
Komisaris Independen	: Dr. H. Suhartono, SE, MM
Komisaris Independen	: Drs. H. Hadi Soesilo, MM
Komisaris Independen	: Drs. H. Noor Riwandi

Tabel 4.3

Sumber: <http://www.bankkalsel.co.id/index.php/profil/manajemen/dewan-komisaris>

Komite Dewan Komisaris

Anggota Komite Audit	: Drs. Ec. H. M. Djaperi, M.Si,Ak
Anggota Komite Audit	: Poernomo Hadi Suntoro
Anggota Komite Pemantau Resiko	: - H. Sofyani, SE
	: - H. A. Hamid Rizal
Anggota Komite Remunerasi & Nominasi	: Drs. Zakhyadi Ariffin, MSi

Tabel 4.4

Dewan Pengawas Syariah

Ketua	: Prof. DR. KH. Kamrani Buseri, MA
Anggota	: Dr. Muhaimin, S.Ag,MA,.

Tabel 4.5

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap para responden tentang strategi bank dalam merekrut para ulama sebagai nasabah (studi kasus pada kantor cabang bank kalsel syariah banjarmasin), maka diperoleh data yang diuraikan sebagai berikut:

1. Identitas Responden pertama

Nama	: M. Fariz Muzakki
Umur	: 39 tahun
Jenis Kelamin	: laki-laki
Jabatan	: Pimpinan KCPS kedai Kayu tangi
Lama bekerja	: 10 tahun

Landasan utama mengapa bank syariah lebih memilih para ulama adalah untuk menjadi tujuan dalam mendapatkan nasabahnya semakin banyak, karena ulama yang bersifat kharismatik lebih berdampak terhadap para jamaahnya. Adapun strategi bank kalsel kepada para ulama adalah: ⁵⁴

- a. Melakukan pendekatan terlebih dahulu kepada para ulama, dimana pihak bank berkomunikasi mengenai produk bank syariah yang sifatnya dan sistemnya sesuai dengan syariat Islam. Sehingga ulama tersebut nantinya akan dapat menyampaikan kepada para jamaahnya dan seluruh umat Islam.
- b. Mengadakan sebuah acara resmi dan Islami, yang kemudian pihak Bank meminta para ulama untuk menghadiri ke sebuah acara tersebut. Dengan

⁵⁴Fariz Muzakki, Pimpinan KCPS Kedai Kayu Tangi, Wawancara Pribadi: Banjarmasin, 13 Mei 2015.

begitu pihak bank akan semakin bersemangat menawarkan produknya terhadap para ulama yang hadir.

- c. Sering mengikuti dalam sebuah acara pengajian.

Adapun produk yang ditawarkan oleh Bank Kalsel Syariah terhadap para ulama adalah:

a. Pendanaan

- 1) Tabungan
 - a) Tabungan iBpelajar
 - b) Tabungan iB Al-Barakah
 - c) Tabungan iB Haji Ar-Rahman

Dari segi tabungan, yang dominan adalah tabungan haji Ar-Rahman

- 2) Deposito
 - Deposito iB Mudharabah
- 3) Giro
 - Giro iB Al-Amanah

b. Pembiayaan

- 1) Murabahahkonsumtif
- 2) Murabahahinvestasi
- 3) Murabahah modal kerja
- 4) Mudharabah
- 5) Musyarakah
- 6) Talangan Haji iB
- 7) QardberagunanemasiBAr-Rahman

8) Al-QardhulHasan

c. Jasa

- 1) SKB DAN SDB
- 2) Garansi bank iB
- 3) KirimanuangiB

d. Layanan

- 1) SMS Banking
- 2) M-ATM bersama
- 3) BPD Net online

Dari berbagai produk yang ditawarkan kepada para ulama oleh Bank Kalsel Syariah, yang lebih dominan dan yang lebih banyak diminati oleh para ulama adalah pembiayaan murabahah konsumtif dan murabahah investasi. Karena digunakan untuk membuat bangunan pesantren, kantin dan lain-lain.

Sedang untuk pembiayaan lainnya seperti produk talangan haji, hingga saat ini masih ditutup untuk sementara waktu, khususnya untuk Bank Kalsel Syariah, dikarenakan adanya kebijakan dari kementerian agama yang membatasi kuota jamaah haji yang berangkat, agar memenuhi kuota yang telah ditetapkan, maka pihak bank lebih mengutamakan nasabah yang lebih dulu menggunakan produk talangan haji sebelum membuka kembali produk talangan haji tersebut untuk calon nasabah lainnya.

Dilihat dari kendala yang dihadapi oleh Bank Kalsel Syariah dalam menawarkan produk kepada para ulama

- a. Tingkat kepercayaan yang kurang dari ulama yang berkhariamatik, menilai bahwa sistem bank syariah sama saja dengan sistem bank konvensional. Namun, tidak dapat dipungkiri jika memang tanggapan dan pemikiran para ulama berbeda-beda.

2. Identitas Responden ke dua

Nama : Achmad Sholihin
 Umur : 43 tahun
 Jenis kelamin : laki-laki
 Jabatan : Pimpinan KCPS kedai Martapura
 Lama bekerja : 16 tahun

Strategi pemasaran terhadap para ulama adalah:⁵⁵

- a. Melakukan inisiasi, maksudnya adalah pemantauan terlebih dahulu dan ditinjau oleh bagian analisis.
- b. Kemudian dilakukan pendekatan serta menawarkan produk yang sudah disediakan oleh Bank Kalsel Syariah.
- c. Setelah berbagai tahapan dilakukan dan sudah dilakukan prospek⁵⁶ terhadap ulama tersebut kemudian dari pihak bank meminta kepada ulama tersebut untuk membawa para jamaahnya ikut bertransaksi di bank syariah.

Dari tiga produk yang sudah disiapkan oleh Bank Kalsel Syariah, produk yang banyak diminati adalah dari produk pendanaan pihak ketiga. Dikarenakan untuk lebih mudah transaksinya dan tidak sulit.

⁵⁵Achmad Sholihin, Pimpinan KCPS Kedai Martapura, Wawancara Pribadi: Martapura, 18 Mei 2015.

⁵⁶Yang dimaksud dengan prospek adalah dimana pihak bank terjun langsung ke lapangan untuk menawarkan produk perbankan kepada calon nasabah.

Yang menjadi alasan Bank Kalsel Syariah memilih para ulama sebagai nasabahnya adalah dikarenakan *link*-nya lebih mudah dan menjamin lebih banyak untuk mendapatkan nasabah.

Namun hal tersebut di atas tidak lepas dari adanya kendala. Kendala yang dihadapi dalam melaksanakan hal tersebut adalah:

a. Waktu

Dikarenakan para ulama dengan banyaknya kegiatan dan acara-acara resmi yang harus dihadiri, sehingga untuk melakukan prospek terhadap para ulama itu sendiri lebih sedikit sulit. Dengan berbagai cara yang dilakukan oleh pihak bank itu sendiri adalah dengan pendekatan terhadap asisten para ulama, akan tetapi hal itu memang sangat kurang memuaskan dan target belum terungkap serta capaiannya belum terungkap apakah tawaran terhadap bank kalsel syariah dinilai positif/negatif dan diterima/tidak masih sedikit diragukan.

b. Persaingan

Dimana persaingan ini bank sangat peka dan berlaku kompetitif dalam merebut hati para nasabah. Ketepatan dan kecepatan layanan dengan biaya yang relatif murah adalah dambaan nasabah. Karena itu bank harus tanggap dan berupaya menciptakan suasana fanatisme nasabah melalui pelayanan prima agar mampu bersaing dengan baik.

3. Identitas Responden ke tiga

Nama : Sarini Murni Asih

Umur : 32 tahun
Jenis kelamin : perempuan
Jabatan : Staff Pemasaran Dana KCS Banjarmasin
Lama bekerja : 11 tahun

Kondisi nasabah para ulama di Bank Kalsel Syariah masih belum terlalu banyak, dan masih belum menarget calon nasabah yang khususnya para ulama. Untuk strategi pemasaran secara khusus masih belum direalisasi dan masih belum spesifik. Dikarenakan para ulama masih belum 100% menjadi nasabah bank syariah. Untuk pendekatan awal terhadap para ulama, masih belum bisa dilakukan oleh divisi terkait dan hal itu masih dilakukan oleh pimpinan-pimpinan ternama. Untuk selanjutnya baru bisa dilakukan oleh divisi terkait.⁵⁷

Alasan Bank Kalsel Syariah memilih para ulama adalah lebih mudah untuk kemajuan bank syariah dan bisa mencapai target nasabah yang lebih banyak. Berarti dalam hal ini para ulama dan para jamaahnya atau pengikutnya saling berpengaruh, dikarenakan apapun yang dikatakan dan dilakukan oleh para ulama akan menjadi suatu panutan oleh para jamaahnya, terlebih jika ulama tersebut adalah ulama yang berkhariamatik.

Untuk tanggapan para ulama terhadap bank syariah adalah positif dan mendukung, akan tetapi sebagian nasabah para ulama sendiri masih belum sepenuhnya menjadi nasabah bank syariah.

Produk yang sering digunakan oleh para ulama adalah produk tabungan. Untuk data tertentu mungkin masih belum di realisasikan dari pihak bank syariah,

⁵⁷ Sarini Murni Asih, Staff Pemasaran Dana Kcs Banjarmasin: Wawancara Pribadi, Banjarmasin, 18 Mei 2015.

sehingga masih belum ada bukti tertentu yang meyakinkan bahwasannya ulama tersebut benar-benar menjadi nasabah tetap di Bank Kalsel Syariah.

Kendala yang dihadapi oleh Bank Kalsel Syariah adalah

- a. Waktu, dikarenakan para ulama yang terlalu banyak kegiatan dan acara tertentu sehingga ada sedikit kesulitan, dengan begitu pihak bank lebih sering melakukan prospek tidak secara langsung dengan para ulamanya akan tetapi lebih kepada asisten pribadinya.
- b. Kurang berminatnya dari segi produk pembiayaan.

4. Identitas Responden ke empat

Nama : Niko Hidayat

Umur : 41 tahun

Jenis Kelamin : laki-laki

Jabatan : Ketua Divisi Pemasaran Kcs Banjarmasin

Lama bekerja : 16 tahun

Strategi pemasaran yang digunakan adalah:

- a. Dari segi extenal adalah dengan cara menggunakan iklan di media, radio, dan pamflet-pamflet tertentu yang diedarkan di seluruh wilayah kota. Tujuannya adalah lebih bersifat mengingatkan supaya dari kalangan masyarakat akan terustertarik dan tidak terlepas dari pandangan mereka terhadap adanya Bank Kalsel Syariah.
- b. Dari segi internal adalah dari pihak Dewan Pengawas Syariahtiga kali dalam setahun untuk mengadakan rapat tertentu serta mengundang dari

berbagai orang-orang penting di masyarakat yang dibahas dalam rapat ini mengenai produk bank syariah.⁵⁸

Menurut NH produk bank syariah untuk saat ini hanya terbatas sehingga masih belum bisa memenuhi semua keinginan nasabah. Dari situlah bank syariah masih ada batasan-batasan tertentu untuk membuka cabang di wilayah terpencil dan tidak seperti bank konvensional yang sudah menjajaki di kalangan pedesaan.

Kendala yang dihadapi adalah:

- a. Tidak menyediakan banyak produk dan kurangnya dana yang dimiliki oleh Bank Kalsel Syariah.
- b. Tidak dapat memberi fasilitas khusus terhadap calon nasabah yang menginginkan berbagai macam produk, seperti halnya dengan meminta pembiayaan yang sifatnya pinjaman uang untuk sebuah acara tertentu.
- c. Banyaknya pebisnis besar dari golongan cina di Banjarmasin yang begitu besar bisnisnya sehingga sedikitnya peminat untuk berinvestasi di bank syariah, sehingga kecil kemungkinan untuk para pebisnis besar bisa meinvestasikan hasil bisnisnya di bank syariah.

Produk yang banyak diminati adalah murabahah konsumtif, seperti halnya dengan pembenahan atau rehap rumah yang banyak diperlukan oleh nasabah. Untuk itulah langkah lebih baik jika bank syariah ini harus memiliki produk yang lebih banyak lagi, sehingga tidak ada kekecewaan dari nasabah yang sudah lama dan percaya dengan bank syariah.

⁵⁸ Niko Hidayat, Ketua Divisi Pemasaran Kcs Banjarmasin: Wawancara Pribadi, Banjarmasin 18 Mei 2015.

5. Identitas Responden ke lima

Nama : Akhmad Riadi
Umur : 41 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Jabatan : Pimpinan KCPS Kedai IAIN Antasari
Lama bekerja : 11 tahun

Sehubungan dengan judul yang penulis angkat, pihak Bank Kalsel Syariah kedai IAIN tidak pernah melakukan pendekatan secara khusus terhadap para ulama, sehingga untuk hal ini hanya strategi pemasaran secara umum saja.⁵⁹

Dalam bagian pemasaran khususnya di kedai IAIN hanya dalam bidang pembiayaan, untuk strateginya lebih kepada media iklan akan tetapi untuk hal itu hanya Kantor Cabang Pusat yang berwenang.

Strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh Bank Kalsel Syariah Kedai IAIN Antasari Banjarmasin adalah:

- a. Mengadakan sebuah perencanaan untuk menjadi calon nasabah yang akan di adakan prospek, baik itu dari segi pembiayaan dan tabungan.
- b. Berkunjung langsung ke tempat yang dituju, khususnya untuk produk simpanan prosesnya lebih ekstra dan lebih intens dalam pendekatan kepada calon nasabah, sehingga dari pihak calon nasabah akan merasa terkesan jika pihak bank yang terjun langsung ke tempat calon nasabah.

⁵⁹ Akhmad Riadi, Pimpinan KCPS Kedai IAIN Antasari, Wawancara Pribadi: Banjarmasin, 22 Mei 2015.

- c. Untuk calon nasabah, pihak bank akan terus memberikan link dan menawarkan apa yang akan dibutuhkan oleh calon nasabah tersebut.

Kendala yang dihadapi adalah

- a. Kurangnya tingkat pelayanan
- b. kinerjanya masih bersifat ganda, untuk pengadaan *Service Excellent* masih sekali dilakukan oleh Bank Kalsel Syariah.
- c. Tempat yang belum sepenuhnya memadai, dikarenakan banjir ketika hujan deras tiba.

d. Analisis Data

Dalam hal ini peneliti menganalisis bagaimana strategi bank dalam merekrut para ulama sebagai nasabah serta apa yang menjadi kendala Bank Kalsel Syariah. Bab ini maka penulis membahas beberapa hasil penelitian yang penulis uraikan dari sebelumnya yaitu dalam penyajian bab IV yakni laporan hasil penelitian.

1. Strategi Bank Kalsel Syariah dalam Merekrut Para Ulama Sebagai Nasabah

Pada dasarnya strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Keberhasilan suatu pekerjaan atau kegiatan bisnis tergantung dari manajemennya. Pekerjaan itu akan berhasil jika manajemennya dilakukan dengan baik dan benar.

Dengan pemasaran sebuah bank syariah dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat dan para ulama baik itu dengan cara promosi atau melalui media massa lainnya, tentunya itu sangat meningkatkan daya jual beli yang tinggi agar produk tersebut akan terus tetap bertahan dan akan semakin berkembang. Bank syariah juga tidak hanya mencari keuntungan semata akan tetapi lebih kepada memberikan kepuasan dan layanan yang baik terhadap nasabah.

Dalam sistem pemasaran pernah juga dilakukan oleh zaman Nabi Muhammad SAW. Dimana beliau melakukan dengan beberapa konsep yakni, jujur, adil, silaturahmi dan murah hati. Sebagaimana yang di ketahui, dalam semua tindakan manusia di dunia ini adalah semata-mata untuk ibadah dan ridha Allah semata. Begitu pula dengan tindakan dalam berbisnis. Begitu pula yang dilakukan terhadap bank syariah juga sudah sesuai dengan konsep tersebut.

Adapun strategi yang di gunakan oleh bank kalsel syariah dalam merekrut nasabah adalah

- a. Mengadakan sebuah perencanaan untuk menjadi calon nasabah yang akan di lakukan prospek oleh pihak bank kalsel syariah,
- b. Berkunjung langsung ke tempat yang dituju, khususnya untuk produk simpanan prosesnya lebih ekstra dan lebih intens dalam pendekatan kepada calon nasabah, sehingga dari pihak calon nasabah akan merasa terkesan jika pihak bank yang terjun langsung ke tempat calon nasabah.
- c. Untuk calon nasabah, pihak bank akan terus memberikan *link* dan menawarkan apa yang akan dibutuhkan oleh calon nasabah tersebut.

- d. Melakukan inisiasi, maksudnya adalah pemantauan terlebih dahulu dan ditinjau oleh bagian analisis.
- e. Pendekatan terdahulu serta menawarkan produk yang sudah disediakan oleh Bank Kalsel Syariah.
- f. Menggunakan media iklan seperti stasiun radio dan pamflet yang diedarkan di seluruh wilayah kota. Tujuannya adalah lebih bersifat mengingatkan supaya dari kalangan masyarakat akan terus tertarik dan tidak terlepas dari pandangannya terhadap Bank Kalsel Syariah.

Dari strategi yang sudah di tuangkan di atas, bahwasannya strategi pemasaran produk pada Bank Kalsel Syariah terhadap para ulama sistemnya sama dengan masyarakat umum biasa, tidak ada yang dapat dibeda-bedakan. Akan tetapi dilihat dari strategi manajemennya yang diterapkan oleh Bank Kalsel Syariah untuk para ulama lebih bersifat formalitas.

Untuk konsep inti dari pemasaran yang diterapkan Bank Kalsel Syariah juga sudah sesuai dengan teori pemasaran. Seperti hal dengan:

1. Kebutuhan:

Kebutuhan manusia adalah suatu keadaan yang dirasakan ingin diperoleh oleh seseorang. Bank Kalsel Syariahsendiri dalam menawarkan produk terhadap para ulama memang sudah menyesuaikan dengan kebutuhannya.

2. Keinginan:

Keinginan manusia adalah pola kebutuhan manusia yang dibentuk oleh kebudayaan dan individualitas seseorang. Keinginan dalam memilih suatu produk perbankan.

3. *Permintaan:*

Permintaan Adalah keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan kemauan untuk membeli produk. Untuk hal ini yang banyak diminati oleh para ulama adalah pembiayaan konsumtif.

4. *Produk:*

Produk Adalah sesuatu yang didapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, penggunaan ataupun konsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan.

5. *Pertukaran:*

Pertukaran Adalah tindakan seseorang untuk memperoleh suatu benda yang diinginkan dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Untuk pertukaran yang diterapkan oleh bank kasesel syariah masih belum diterapkan.

Dari berbagai konsep pemasaran yang diterapkan oleh Bank Kasesel Syariah untuk para ulama sangatlah efektif, dikarenakan ulama yang sifatnya agamis dan religius bisa memberikan *link* terhadap para jamaahnya dengan mensyiarkan tentang bank syariah. Menurut beberapa pihak bank syariah ada yang berpendapat bahwasannya ada saja yang mempunyai pendapat yang berbedatentang bank syariah, hal ini tidak

dapat menyalahkan siapapun, kemungkinan mereka hanya beranggapan saja bahwasannya konteks dan sistem bank syariah sama dengan bank konvensional. Untuk hal ini keefektifan dan manajemen pemasarannya lebih ditingkatkan lagi, sehingga tanggapan bagi seorang para ulama tidak menjadi suatu hal yang masih diragukan lagi terhadap bank syariah itu sendiri.

Adapun strategi yang diterapkan dari setiap perusahaan sangatlah penting jika dilakukan sesuai dengan ajaran Islam yaitu berperilaku jujur, sesungguhnya jujur itu adalah sifat mulia yang dapat dicapai dengan pembiasaan dan usaha yang sungguh-sungguh; karena tidaklah seseorang senantiasa berupaya jujur pada setiap perkataan maupun perbuatannya, melainkan kejujuran itu akan tertanam ke dalam jiwanya dan akan bersatu dengan *tabi'atnya*; hingga ia pun akan termasuk orang-orang yang jujur lagi berbakti disisi Allah.

سَنُومِنُهُمْ حَبَّةً رَقِصَةً مِّنْ فَمِنْهُمْ عَلَيْهِ اللَّهُ عَهْدٌ وَأَمَا صَدَقُوا رِجَالُ الْمُؤْمِنِينَ مِّنْ
تَبَدُّلًا بَدَلُوا أَوْ مَا يَنْتَظَرُونَ

Artinya: "Di antara orang-orang mukmin itu ada orang-orang yang menepati apa yang telah mereka janjikan kepada Allah; Maka di antara mereka ada yang gugur. dan di antara mereka ada (pula) yang menunggu-nunggu⁶⁰ dan mereka tidak merobah (janjinya)".(Q.S. Al-Ahzab [33] : 23)

kejujuran itu adalah sifat terpuji yang mencakup perkataan, niat maupun kehendak. Dan sifat jujur inilah yang benar-benar diterapkan oleh bank kalsel syariah.

⁶⁰Maksudnya menunggu apa yang telah Allah janjikan kepadanya.

Selain kejujuran bank syariah juga menerapkan konsep dari keteladanan Rasulullah yaitu sifat *fathānah*, dimana kecerdasan dalam memasarkan produk-produk perbankan serta berbagai macam ide-ide yang gemilang, sehingga dapat menarik banyak nasabah dalam waktu yang diharapkan. Sehingga dalam mengembangkan ekonomi syariah dapat semakin berkembang dan selalu diterima oleh masyarakat luas serta dapat meningkatkan kenaikan jumlah nasabah pada perbankan syariah. Kemudian sifat *amānah*, dimana bank kalsel syariah mempunyai *job description* yang sangat bagus dan bertanggung jawab baik dari segi teoritis dan realita yang sudah diterapkan sebelumnya dan amanah harus dijalankan sesuai dengan apa yang diamanahkan sesuai dengan Q.S. Al-Baqarah/2:283 yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya.

Sifat yang diterapkan oleh Bank Kalsel Syariah yang selanjutnya adalah *tablīgh*, dimana hal ini tata cara bertutur kata dalam menyampaikan dengan begitu sabar terhadap para nasabah sangat bagus. Sehingga nasabah menjadi segan dan nyaman untuk selalu berkunjung dan bertransaksi di Bank Kalsel Syariah.

Kemudian yang terakhir adalah *istiqāmah* dimana konsistensi dari pihak pemasaran bank syariah, sehingga hal tersebut menjadi sebuah cerminan yang bagus bagi setiap perusahaan secara keseluruhan.

Dari berbagai karakteristik pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah, Bank Kalsel Syariah sudah sesuai dengan teori-teori pemasaran, namun juga harus memperhatikan strategi persaingan seperti halnya

dengan segmentasi pasar, *targeting* dan *positioning* karena bukan hanya Bank Kalsel Syariah saja menerapkan dan menargetkan untuk mendapatkan perhatian kepada para ulama tetapi bank lain juga menerapkan target tersebut.

2. Kendala yang Dihadapi Bank Kalsel Syariah dalam Merekrut para Ulama Sebagai Nasabah

Untuk kendala yang dihadapi pada Bank Kalsel Syariah terhadap para ulama yang ada di Banjarmasin ada beberapa bagian yaitu dari segi internal dan eksternal. Berikut pemaparannya:

a. Dari segi faktor internal

- 1) Masih dalam proses memperbaiki dari segi sistem operasionalnya yang benar-benar dengan prinsip syariah. Adapun tujuannya adalah untuk menghindari adanya kabar yang beredar bahwasannya bank syariah masih belum optimal dan belum sesuai dengan prinsip syariah.
- 2) Kurangnya tingkat pelayanan
- 3) kinerjanya masih bersifat ganda, untuk pengadaan *Service Exellent* masih sekali dilakukan oleh Bank Kalsel Syariah.
- 4) Tempat yang belum sepenuhnya memadai, dikarenakan banjir ketika hujan deras tiba.

b. Dari segi faktor eksternal

- 1) Tidak dapat mengubah para ulama yang sudah terbentuk dimana prinsip bank syariah masih dianggap sama dengan bank umum, yaitu dengan adanya tingkat kepercayaan yang masih rendah terhadap bank syariah.
- 2) Dikarenakan ulama sendiri yang sudah menjadi nasabah tetap di bank umum, sehingga sulitnya untuk memberikan pengetahuan yang lebih luas lagi terhadap para ulama itu sendiri.
- 3) Waktu, yaitu keberadaan waktu luang para ulama untuk dapat ditemui sehingga pihak bank untuk melakukan prospek terhadap ulama sangat sulit dan harus mempunyai janji terlebih dahulu.
- 4) Persaingan yang sangat ketat dengan berbagai macam bank yang ada di Banjarmasin dan jarak tempuhnya pun begitu berdekatan satu sama lain, sehingga sistem kerja Bank Kalsel Syariah sangat perlu tenaga ekstra dan tetap menjaga dengan prinsipnya serta tetap menghindari *riba*.
- 5) Keterbatasan produk dan dana yang dimiliki oleh bank kalsel syariah sehingga kebutuhan nasabah tidak dapat sepenuhnya di lakukan.
- 6) Keterbatasan pegawai untuk di wilayah kedai yang memiliki tugas ganda, karena itulah pelayanan untuk nasabah masih belum optimal, terutama dalam pengambilan produk tabunganyang nominalnya sangat besar.
- 7) Tingkat kepercayaan dari segi ulama yang berkharismatik, yang masih menganggap bahwasannya sistem bank syariah sama dengan bank konvensional.

Mengenai yang dikemukakan pada no 5) di atas bahwasannya Bank Kalsel Syariah masih belum optimal dalam hal manajemen pemasaran yang sudah diterapkan di dalam teori, bahwasannya manajemen sangatlah erat kaitannya dengan konsep organisasi. Tanpa adanya kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya akan terpenuhi. Dan secara umum pengertian manajemen pemasaran bank merupakan sebuah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa perbankan.

Menanggapi kendala pada no 7) di atas, bahwa ulama berkharismatik adalah seseorang yang berilmu serta dicintai dan dipatuhi oleh umat yang menjadi pengikutnya, dan dengan sendirinya mempunyai wibawa dan pengaruh yang menentukan dalam mengendalikan umat. Dimana ulama tersebut sangatlah berpengaruh dengan para jamaahnya, sehingga kecil besar kemungkinan pihak Bank Kalsel Syariah mendapatkan calon nasabah.

Dengan melihat dari ke 7uraian di atas, bahwasannya pola pikir para ulama tentang bank syariah adalah dengan tidak mempercayakan dananya ke bank syariah, karena masih banyak yang beranggapan bank syariah itu sama dengan bank konvensional. Dan dari beberapa tanggapan yang diutarakan oleh ke lima responden dapat ditarik kesimpulan bahwasannya dilihat dari ungkapan responden bahwa para ulama masih belum 100% percaya terhadap adanya bank syariah dan hal ini akan menjadi suatu tantangan tersendiri bagi para pihak bank syariah yang harus lebih optimal, dilihat dari segi operasionalnya berarti masih belum terealisasikan. Akan tetapi hal ini tidak dapat menjadi

sebuah fakta, melainkan hanya sebuah opini bagi tanggapan-tanggapan responden yang penulis terima. Dari berbagai kendala, Bank Kalsel Syariah masih bisa mengatasi hal tersebut dan dapat dikendalikan dengan baik. Menurut Ika Rochdjatun, hadits yang menerangkan tentang hal tersebut adalah:

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :
 إِنَّ اللَّهَ يَحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ (رواه الطبراني)

Artinya: Dari Aisyah r.a, bahwasanya Rasulullah saw bersabda, ”*Sesungguhnya Allah sangat mencintai jika seseorang melakukan suatu pekerjaan yang dilakukannya dengan itqan/sempurna (profesional).*” (HR. Thabrani).⁶¹

Berdasarkan hadits tersebut dapat disimpulkan bahwa, pemasaran pada Bank Kalsel Syariah Banjarmasin mempunyai sistem kerja yang bagus sesuai dengan nilai-nilai Islami dalam melakukan pemasaran dengan usaha-usaha yang sangat positif serta selalu bekerja keras dengan tidak melakukan kecurangan apapun terhadap nasabah dan dalam menawarkan sebuah produk dengan apa adanya dan dilakukan sebagaimana mestinya.

⁶¹Ika Rochdjatun Sastrahidyat, *Membangun Etos Kerja & Logika Berpikir Islami* (Malang: UIN-Malang Press, 2009), h. 57