

## BAB IV

### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Penyajian Data

##### 1. Profil Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru

Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru yang berada di Jln. A. Yani Km 36,8 Banjarbaru Sei Ulin Kecamatan Banjarbaru Utara diresmikan pada 20 Mei 2014. Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru berada di bawah Cabang Induk Syariah Banjarmasin. Merupakan Kantor Cabang Pembantu Syariah kedua setelah Kantor Cabang Pembantu Syariah Batulicin. Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru dimana, *weekend banking* tetap beroperasi, atau sahnya 7 hari kerja tetap buka.

###### a. Visi-Misi Lembaga

Visi : Menjadi Bank yang unggul di Daerah dan berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.

Misi :

- 1) Penyedia layana jasa perbankan yang berkualitas
- 2) Penggerak pendorong ekonomi daerah
- 3) Pemegang atau Menyimpan ekonomi daerah
- 4) Salah satu sumber PAD

- 5) Turut membina Lembaga perkreditan atau Bank Perkreditan Rakyat milik Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Daerah.

b. Pilar menuju Bank Kalsel Regional *Champion*

- 1) Penguatan Ketahanan Kelembagaan
- 2) Peningkatan Kemampuan dan Peran
- 3) Peningkatan Kemampuan Melayani Kebutuhan Masyarakat

c. Struktur Organisasi dan Personalia

- 1) Pimpinan Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru
- 2) Pemimpin Seksi Pemasaran
- 3) Pemimpin Seksi Operasional
- 4) Pemimpin Seksi Pelayanan
- 5) Staff Pemasaran
- 6) Staff Operasional
- 7) Teller
- 8) Pelayanan Nasabah

## **2. Data Identitas Informan**

Data yang disajikan pada bab ini diuraikan secara deskriptif yang diperoleh dari hasil wawancara, yaitu tiga orang informan. Adapun informan tersebut adalah Staff Pemasar. Agar lebih terarahnya penyajian data ini, maka

penulis mengemukakan data berdasarkan pokok-pokok bahasan, yaitu sebagai berikut.

a. Informan 1

Nama : Septia  
Jenis kelamin : Perempuan  
Jabatan : Staff Pemasar  
Alamat : Banjarbaru

b. Informan 2

Nama : Harisman  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Jabatan : Staff Pemasar  
Alamat : Banjarbaru

c. Informan 3

Nama : Panji  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Jabatan : Staff Pemasar  
Alamat : Banjarbaru

### **3. Payroll di Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru**

*Payroll* adalah layanan pembayaran gaji karyawan sebuah institusi oleh bank yang dilakukan secara masal, yang pada dasarnya banyak dibutuhkan oleh perusahaan. *Payroll* ini bagi bank dapat digunakan sebagai upaya peningkatan produk-produknya seperti meningkatkan jumlah nasabah

yang membuka rekening pembiayaan yang pelunasannya menggunakan potongan gaji *payroll* (Septia, 2020).

Menghitung gaji karyawan sebuah perusahaan membutuhkan banyak waktu jika dilakukan secara manual, oleh karena itu sistem *payroll* hadir untuk memudahkan pekerjaan HRD dalam menghitung gaji. Selain memudahkan *payroll* juga mempercepat pekerjaan dan menghemat biaya gaji HRD sehingga tidak memerlukan banyak karyawan.

Teknologi *payroll* terkini yang di desain dapat menerima segala jenis sistem informasi teknologi yang digunakan perusahaan, namun pembayaran menggunakan sistem *payroll* hanya dilayani untuk mata uang rupiah dan pembayaran gaji dapat dilakukan lebih dari satu kali setiap bulan untuk setiap karyawan perusahaan

Pada 2018 bisnis *payroll* semakin menunjukkan peningkatan terutama karena lembaga pemerintah juga sudah membuka pintu untuk bank syariah melayani *payroll* ASN. Dengan bantuan bank melalui jasa layanan *payroll*, perusahaan dapat dipermudah dalam segi waktu dan tenaga mereka dalam pemberian gaji karyawannya. Dan dalam hal ini dapat meminimalisir terjadinya kesalahan penghitungan nominal dan segala resiko yang mungkin akan terjadi.

Akad yang digunakan dalam produk *payroll* ini adalah akad *Wadiah* (Septia, 2020). *Wadiah* sendiri artinya adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja jika si penyimpan menghendaknya (Karim, 2004,

hal. 23). Akad berpola titipan (*wadiah*) ada dua, yaitu *wadiahyad amanah* dan *wadiah yaddhamanah*. Pada awalnya, *wadiah* muncul dalam bentuk *yad amanah* “tangan amanah”, yang kemudian dalam perkembangannya memunculkan *yadh dhamanah* “tangan penanggung (Ascarya, 2007). Akad *wadiah* yang digunakan di Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru adalah *wadiah yad amanah*. *Wadiah yad amanah* merupakan titipan murni dari pihak yang menitipkan barangnya kepada pihak yang menerima titipan. Pihak penerima titipan harus menjaga dan memelihara barang titipan dan tidak diperkenankan untuk memanfaatkannya. Barang/aset yang ditipkan adalah sesuatu yang berharga yang dapat berupa uang, barang, dokumen, surat berharga, atau barang berharga lainnya. Dalam aplikasi perbankan syariah, produk yang dapat ditawarkan dengan menggunakan akad *wadiah yad amanah* adalah *save deposit box*.

Dalam produk *save deposit box*, bank menerima titipan barang dari nasabah untuk ditempatkan dikotak tertentu yang disediakan oleh bank syariah. Bank syariah wajib menjaga dan memelihara kotak itu. Bank syariah perlu tempat dan petugas untuk menjaga dan memelihara titipan nasabah, sehingga bank syariah akan membebani biaya administrasi (*ujrah*) yang besarnya sesuai dengan ukuran kotak itu, pendapatan atas jasa *save deposit box* termasuk dalam *fee based income* (Ismail, 2011, hal. 60). Dalam perbankan syariah istilah *ujrah* yakni imbalan yang diberikan atau yang diminta atas suatu pekerjaan yang dilakukan. Yang menjadi dasar hukum

kebolehan mengambil biaya atas jasa yang dilakukan yaitu terdapat dalam QS. Al- Baqarah /2: 233:

وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya : “dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, Maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan.

Tata letak geografis Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru ini termasuk tempat yang strategis karena terletak di pertengahan kota sekaligus di depan Q mall dan juga letaknya yang berada dipinggiran jalan lintas provinsi yaitu di Jl. A. Yani Km 36,8 Banjarbaru Banjarmasin sehingga mudah dijangkau oleh nasabah

Sejak produk *Payroll* ini dioperasikan, setidaknya sudah ada beberapa perusahaan maupun instansi yang khususnya sekitaran Qmall yang bekerjasama dengan Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru diantaranya Excelso, Bebek Renon, Maysuki, SD Plus CMI, SMP Plus CMI dan SMA Plus CMI (Panji, 2020).

Adapun mekanisme yang digunakan oleh Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru adalah sebagai berikut:

- a. Proses permohonan layanan elektronik *payroll*, perusahaan diwajibkan untuk memiliki rekening di Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru. Dari perusahaan mengajukan dan mengisi aplikasi permohonan layanan *payroll* ke Bank

- b. Setelah mengajukan ke Bank dan disetujui maka proses selanjutnya adalah pembukaan rekening untuk karyawan dan staf yang berada di perusahaan atau institusi. Setiap karyawan di dalam perusahaan tersebut harus mengisi aplikasi yang telah disediakan oleh Bank dan melampirkan syarat yang telah ditentukan oleh Bank guna memperoleh data yang valid. Setelah semua karyawan mengisi aplikasi dari Bank maka data-data tersebut akan diproses oleh Bank, aplikasi tersebut diproses sesuai data yang telah karyawan isi di aplikasi masing-masing.
- c. Semua data-data dari karyawan yang telah diproses maka sistem sudah bisa untuk mengirim gaji dan setoran. Dari pihak perusahaan mengirimkan dana dan data yang sesuai ke pihak Bank, perusahaan setiap bulan harus mengirim data berupa *soft file* ke Bank, dan dari pihak bank memasukkan dana dan data tersebut ke sistem yang sudah ada, dan otomatis sistem tersebut akan bekerja secara otomatis sesuai dengan data yang telah ada.
- d. Dana akan otomatis masuk ke dalam rekening setiap karyawan sesuai dengan gaji mereka masing-masing. Sistem yang menjalankan semua kegiatan pembayaran karyawan, pihak bank dan institusi hanya memasukkan data yang sudah ada saja (Harisman, 2020).

Keunggulan dari produk *Payroll* yang ada di Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru adalah:

- a. Uang biaya *Payroll* nya lebih ringan
- b. Akad sesuai dengan prinsip syariah. akad yang sesuai dengan prinsip syariah adalah akad yang bebas dari riba. Karena dalam Islam segala hal yang berkaitan dengan riba adalah haram.
- c. Persyaratan yang cukup mudah untuk dipenuhi nasabah. Pihak perbankan tidak memberikan persyaratan yang berbelit-belit yang akan menyulitkan nasabah yang ingin melakukan pembiayaan, karena pada dasarnya prinsip mereka adalah memberikan kemudahan.

Kelebihan atau manfaat menggunakan sistem *Payroll* di bank antaralain:

- a. Mempercepat dan mempermudah proses pembayaran gaji karyawan, karena dilakukan oleh sistem maka akan lebih meminimalis waktu dan memudahkan pihak perusahaan itu sendiri.
- b. Tidak perlu menggunakan petugas untuk membagikan gaji kepada karyawan secara manual.
- c. Meminimalkan kesalahan proses pembayaran gaji karyawan, gaji sesuai dengan jumlah yang ditentukan tanpa

adanya pembulatan angka dibelakang koma, jumlah menjadi akurat tidak kurang maupun tidak lebih.

- d. Memudahkan karyawan dalam pengambilan gaji, karyawan langsung ke ATM terdekat untuk mengambil gaji masing-masing, kapanpun dan di mana akan diambil tidak terpatok waktu dan tempat bisa sewaktu-waktu.
- e. Keamanan yang sangat terjaga.
- f. Fleksibel untuk diterapkan dalam beragam ukuran perusahaan.

#### **4. Strategi Pemasaran Produk *Payroll* di Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru**

Proses-proses manajemen, termasuk manajemen syariah pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Fungsi perencanaan meliputi strategi, dan strategi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan suatu bisnis atau perusahaan. Demikian juga dalam pemasaran dibutuhkan suatu strategi, terlebih lagi dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, maka strategi sangat penting yang kemudian disebut strategi pemasaran.

Secara umum strategi pemasaran merupakan hal yang sangat vital dan penting dalam perusahaan, dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan. Menurut

James A.F. Stoner bahwa strategi dapat di artikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda, pertama dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi, dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak. Dari perspektif yang pertama, strategi adalah "program yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya.

Kata "program" dalam definisi ini mnjelaskan adanya peran yang aktif, yang disadari, dan yang rasional, yang dimainkan oleh manajer dalam merumuskan strategi perusahaan atau organisasi. Dari perspektif yang kedua, strategi adalah "pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu." Dalam definisi ini, setiap organisasi mempunyai suatu strategi walaupun tidak harus selalu efektif sekalipun strategi itu tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Artinya, setiap organisasi mempunyai hubungan dengan lingkungannya yang dapat diamati dan dijelaskan. Pandangan seperti ini mencakup organisasi di mana perilaku para manajernya adalah reaktif, artinya para manajer menanggapi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan hanya jika mereka merasa perlu untuk melakukannya (Stoner, 1992, hal. 139).

Hal yang paling mendasar dan diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya agar menarik minat

calon konsumen untuk mau berbelanja dan dapat bertahan ataupun menambah jumlah pembeli/konsumen di tempat tersebut.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan produk pada segmen pasar tertentu yang merupakan sasaran pasarnya (Abdullah, 2014, hal. 222-223). Bauran pemasaran banyak dimanfaatkan oleh perusahaan jasa, salah satunya perbankan syariah untuk memasarkan produk-produk berbasis syariah. Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru yang mempunyai banyak produk syariah seperti produk penghimpunan dana, penyaluran dana dan produk jasa lainnya. Salah satunya yaitu produk *Payroll* yang disediakan untuk membantu proses pembayaran gaji karyawan suatu institusi.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis dapatkan di lapangan, ada beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru. Yang mana masuk dalam kategori bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu:

a. Strategi *Product* (produk)

Produk *Payroll* di Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru ini memiliki perbedaan dengan produk pada Bank konvensional maupun perusahaan jasa lainnya. Diantaranya yaitu selain sistem operasionalnya yang

syariah yang mana memakai akad *wadiah* dan syarat yang mudah.

b. Strategi *Price* (harga)

Mengenai harga ataupun biaya dalam *Payroll* di Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru memberi biaya yang ringan tiap bulannya.

c. Strategi *Place* (tempat)

Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru dalam penentuan lokasi yang strategis, dapat menjangkau populasi yang luas, dan memudahkan nasabah dan calon nasabah mengunjungi perusahaan, menjadi pertimbangan untuk menentukan lokasi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari letak Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru yang berada persis di samping jalan raya kota sekaligus di depan Q mall yaitu di Jl. A. Yani Km 36,8 Banjarbaru.

Dengan lokasi yang strategis memudahkan Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru melakukan kegiatan distribusinya. Dalam melakukan kegiatan distribusinya bank biasanya menggunakan bagian pemasar yang langsung melakukan kegiatan pemasarannya.

d. Strategi *Promotion* (promosi)

Bentuk promosi yang dilakukan Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru adalah dengan aktif melakukan pendekatan dan kerjasama kepada instansi maupun sekolah-sekolah (Septia, 2020).

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 Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru senantiasa meningkatkan mutu, kualitas, pelayanan dan melakukan terobosan yang cukup hebat sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang tentunya dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan pihak bank.

Adapun manfaat dari penerapan strategi pemasaran di bank secara umum lebih khusus produk *payroll* adalah sebagai berikut:

1. Sebagai upaya peningkatan produk-produknya seperti meningkatkan jumlah nasabah yang membuka rekening.
2. Pembiayaan yang pelunasannya menggunakan potongan gaji *payroll*.
3. Sebagai perluasan bisnis dan meningkatkan citra Bank

## **B. Analisis Data**

### **Strategi Pemasaran Produk *Payroll* di Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru**

Dunia perbankan memasuki era persaingan usaha yang semakin kompetitif, bank perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif dan efisien serta sesuai dengan kondisi pasar, pada saat ini Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru dalam memasarkan produknya khususnya produk *Payroll* harus melakukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien, agar dapat bersaing dengan bank-bank lainnya yang memiliki produk serupa, baik itu bank syariah maupun bank konvensional.

Produk *Payroll* di Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru di kelola berdasarkan akad *wad'iah*. Akad *wadi'ah* dalam tradisi Islam diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaknya. Dalam jurnal "The Application of Wadi'ah Contract By Some Financial Institutions in Malaysia, International Journal of Business and Social Science Vol 2 No.3" *Wadi'ah* menurut pasal 20 ayat 17 komplikasi Hukum Ekonomi Syaria"ah (2009) ialah penitipan dana antara pihak pemilik dengan pihak penerima titipan yang dipercaya untuk menjaga dana tersebut. Aplikasi *wadi'ah* terhadap dalam fatwa DSN-MUI No.36/DSN-MUI/X/2002 tentang sertifikat *wadi'ah* Bank Indonesia. Setelah diketahui definisi *wadi'ah*, maka dapat dipahami bahwa yang dimaksud *wadi'ah* adalah penitipan, yaitu akad seseorang kepada yang lain dengan menitipkan benda untuk dijaganya secara layak. Apabila ada kerusakan pada benda titipan tidak wajib menggantinya, tapi bila kerusakan itu disebabkan oleh kelalaiannya maka diwajibkan menggantinya. Akad *wadi'ah* adalah cara yang diperbolehkan dalam Islam, karena tidak bertentangan dengan

prinsip-prinsip syariah dan bebas dari unsur riba. Wadiah banyak dipraktikkan dalam Islam karena mengandung arti tolong menolong, sebagaimana dijelaskan dalam nash al-Qur'an. Dalam Al-qur'an Allah telah menjelaskan kepada kita tentang penyampaian amanah kepada orang yang berhak menerimanya, seperti yang terdapat dalam surat An-nisa'/4: 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat. (QS. An-Nisa'/4: 58).

Dalam ayat di atas dijelaskan bahwa amanah adalah sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain untuk dipelihara dan dikembalikan bila tiba saatnya diminta oleh pemiliknya.

Keunggulan ataupun kelebihan produk pada suatu Bank sangat berpengaruh terhadap pemasaran produk tersebut, dan pemasaran yang baik sangat mempengaruhi kelangsungan suatu bank. Agar bank dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, selain memperhatikan keunggulan dan kelebihan suatu produk, bank juga harus memiliki segmentasi dan target pemasaran.

Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Setiap

perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri (Kasmir, Manajemen Perbankan cet. 4, 2003, hal. 181). Sedangkan target pemasaran adalah proses penyeleksian produk baik barang maupun jasa atau pelayanan terbaik sehingga benar-benar berada pada posisi terbaik guna mencapai keberhasilan perusahaan (Arif M. N., 2010, hal. 96). Dalam hal ini Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru menargetkan pemasaran untuk produk *payroll* kepada sekolah-sekolah maupun instansi-instansi, lebih khusus yang berada sekitaran Q mall. Alasan kenapa Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru menargetkan produk *payroll* ini kepada sekolah-sekolah maupun instansi karena dinilai sangat cocok untuk memberi kemudahan dalam hal penyaluran gaji karyawan perusahaan yang bersangkutan. Selain dapat mendongkrak pertumbuhan pendanaan, layanan pemberian gaji karyawan juga merupakan pintu masuk untuk penyaluran pembiayaan.

Setelah segmentasi dan target pemasaran ditentukan, langkah selanjutnya adalah menentukan strategi pemasaran seperti apa yang cocok digunakan Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru dalam memasarkan produk *payroll*nya. Berhasil tidaknya suatu bank dalam memasarkan produk yang dihasilkan baik itu barang maupun jasa sangat dibutuhkan strategi pemasaran yang baik dan tepat, karena strategi dalam memasarkan sebuah produk merupakan ujung tombak bagi Bank dalam mencapai tujuannya.

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, perusahaan sangat penting memiliki strategi-strategi pemasaran yang efektif.

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

Pelaksanaan pemasaran produk *Payroll* pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru memiliki beberapa strategi pemasaran, yaitu menggunakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran menurut Kotler merupakan serangkaian alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran. Alat pemasaran yang digunakan meliputi empat faktor yang disebut 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*) (Kotler, 1999, hal. 123). Berikut strategi bauran pemasaran pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru.

#### 1. Strategi Produk

Pada masa sekarang perbankan syariah menawarkan beragam produk perbankan kepada nasabah. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat Islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Untuk itu perlu menyampaikan manfaat dari produk yang ditawarkan, Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru pada umumnya menjelaskan mengenai perbedaan produk Syariah dengan produk yang

lainnya, yakni perbedaan dengan bank lain yang terdapat pada sistem operasional yang menggunakan prinsip syariah.

Staf pemasaran Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru menjelaskan kepada nasabah mengenai kelebihan dan kekurangan produk *Payroll* bukan berarti menjelekkan pembiayaan dari bank lainnya, hal ini sesuai dengan strategi pemasaran Rasulullah, yang menjelaskan dengan baik kepada semua pembelinya akan kelebihan dan kekurangan produk yang beliau jual. Selain itu beliau selalu jujur pada konsumen mengenai baik dan buruknya atau kekurangan dan kelebihan suatu produk (Malahayati, 2010, hal. 39).

## 2. Strategi Harga

Definisi harga menurut Phillip Kotler adalah : *“price is the amount of money charged for a product or service. More broadly, price is the sum of all the value that consumers exchange for the benefits of having or using the product or service”* yang artinya harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

Penentuan harga penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa perbankan. Harga bagi bank syariah adalah bagi hasil atau *profit and loss sharing*. Pada strategi pemasaran Rasulullah juga dijelaskan dalam menentukan harga yaitu dengan tidak menetapkan harga lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh pesaing atau

lebih rendah dari biaya yang dikeluarkan (Fauzi, 2011, hal. 273), hal ini sesuai dengan Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru yang tidak memberi harga yang setinggi-tingginya hanya karena keinginan memperoleh keuntungan yang besar, juga tidak terlalu murah yang nantinya akan merugikan perusahaan. Hal ini sesuai dengan pemasaran Rasulullah, Fathonah atau cerdas dan bijaksana.

### 3. Strategi Distribusi

Mengetahui lokasi-lokasi perdagangan di mana tempat membeli (*supplier*) dan di mana tempat menjual (pasar-pasar), ditambah pengetahuan yang rinci mengenai kebiasaan penduduk setempat membuat Nabi Muhammad Saw, dapat melakukan proses perdagangan dengan baik. Hubungan baik yang mendasari perdagangan beliau membuat beliau mempunyai banyak jaringan yang mendukung akan usaha perdagangan yang dilakukan (Sudiby, 2007, hal. 69-70).

Hal ini pula yang dilakukan oleh Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru dalam penentuan lokasi yang strategis, dapat menjangkau populasi yang luas, dan memudahkan nasabah dan calon nasabah mengunjungi perusahaan, menjadi pertimbangan untuk menentukan lokasi perusahaan. Dengan lokasi yang strategis memudahkan Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru melakukan kegiatan distribusinya. Dalam melakukan kegiatan distribusinya bank biasanya menggunakan bagian pemasar yang langsung melakukan kegiatan pemasarannya.

#### 4. Strategi Promosi

Setiap perusahaan selalu berusaha mempengaruhi calon pembeli, sehingga dapat tercapai tujuan dan sasaran perusahaan. Usaha perusahaan untuk mempengaruhi dengan merayu (*persuasive communication*) calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran disebut promosi. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (Arif, 2010, hal. 15-16).

Sesuai dengan teori yang telah dijelaskan diatas Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru dalam memasarkan produk *payroll* yaitu dengan mempromosikan kepada perusahaan-perusahaan maupun sekolah-sekolah yang ada di banjarbaru yang sudah bekerja sama dengan Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru. Dengan menggunakan strategi tersebut Bank dapat menerangkan dan memberikan penjelasan secara langsung kepada calon nasabah tentang produk yang mereka inginkan, sehingga memudahkan bagi calon nasabah untuk bertanya dan memperoleh informasi. Tentunya informasi yang diberikan tidak berlebih-lebihan tentang keunggulan pembiayannya atau kekurangan pembiayaan lainnya.

Hal ini sesuai dengan prinsip perdagangan Rasulullah yakni *pertama*, penjual tidak boleh mempraktikan kebohongan dan penipuan mengenai

barang-barang yang dijual pada pembeli. *Kedua*, penjual harus menjauhkan diri dari sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. *Ketiga*, hanya dengan sebuah kesepakatan bersama, atau suatu usulan dan penerimaan suatu perjanjian akan sempurna (Sudibyo, 2007, hal. 69-70).

Sesuai nilai-nilai pemasaran syariah yang mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah Saw. karena apapun yang beliau kerjakan adalah mutiara hikmah bagi manusia, termasuk cara beliau berbisnis. Bukan saja karena beliau sudah bisa berbisnis di usia yang masih sangat muda, namun juga karena beliau senantiasa menerapkan nilai-nilai syariah dalam berdagang. Nilai-nilai yang beliau tanamkan dalam bisnisnya adalah:

a. Shiddiq (Jujur)

Dalam kegiatan berdagang, Nabi Muhammad SAW selalu dikenal sebagai seorang marketer yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya. Bila ada produknya yang memiliki kelemahan atau cacat, maka tanpa ditanyakan Nabi Muhammad langsung menyampaikannya dengan jujur dan benar tak ada sedikitpun yang disembunyikannya. Praktek ini dilakukan dengan wajar dan menggunakan bahasa yang santun. Beliau tidak melakukan sumpah untuk menyakinkan apa yang dikatakannya, termasuk menggunakan nama Tuhan

b. Amanah

Nilai amanah bagi pekerja *marketing* adalah sosok yang bertanggung jawab terbuka dan mampu memberikan pelayanan yang

optimal. Bagi perusahaan sosok perkerja yang amanah akan membawa keuntungan yang besar. Perusahaan akan mendapat keuntungan dari *image* yang terbangun oleh pelanggan akan ke amanahan dari marketer perusahaan tersebut. Sehingga banyak pelanggan yang terpicat oleh sebuah produk atau usaha karena persan sosok marketer yang amanah.

Allah Swt berfirman dalam QS. An-Nisa/4: 58

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



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

Sikap amanah ditunjukkan oleh staf pemasar ialah dengan memberikan pelayanan yang baik, serta sifat keterbukaan kepada calon nasabah. Selain itu staf pemasar di sana juga bertanggung jawab dalam menjalankan kewajibannya.

### c. Fathanah

Seorang *bussinessman* yang memiliki sifat fathanah adalah seseorang yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala sesuatu yang berhubungan dengan kewajiban dan tugasnya secara cerdas. (Hasan, 2009, hal. 276). Sifat yang dimiliki oleh pemasar pada Bank Kalel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjrabaru haruslah

bersifat fathanah sehingga dia bisa menjalankan tugasnya dengan benar seperti mampu mempresentasikan produk yang ditawarkan kepada calon nasabah dan bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan dari calon nasabah kepadanya. Itulah salah satu tujuan diadakannya *training* atau pelatihan tentang ilmu *marketing*.

d. Tabligh

Seorang marketer harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (*transparency and fairness*). Lebih dari itu, seorang marketer harus mempunyai gagasan-gagasan segar dan mampu mengkomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. Dengan begitu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang ingin disampaikan. Dalam Al-Qur'an Surat Al-Ahzab/33: 70 Allah Swt. berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar

Sebagaimana yang kita ketahui, dalam Islam semua tindakan manusia di dunia ini adalah semata-mata untuk ibadah dan mencari ridha Allah Swt. Semata begitu pula dengan tindakan kita dalam berbisnis. Hal ini juga perlu diterapkan oleh Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru untuk mencari keridhaan Allah Swt dan untuk kemaslahatan umat.