

BAB IV

**STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA KCP AMUNTAI DALAM
MEMASARKAN PRODUK PEMBIAYAAN KONSUMTIF PADA
MASYARAKAT**

A. Penyajian Data

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai

Bank Syariah memainkan peranan yang berarti selaku fasilitator pada segala kegiatan ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami kenaikan serta perkembangan yang signifikan dalam kurun 3 dekade ini atau kurang lebih 30 tahun. Inovasi produk, peningkatan layanan dan pengembangan jaringan yang menunjukkan tren yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan korporasi. (Bank Syariah Indonesia, 2021)

Bank Syariah Indonesia merupakan hasil gabungan dari tiga bank umum syariah yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI), yang diresmikan oleh Bapak Presiden Joko Widodo.

Dengan adanya penggabungan bank ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai sendiri sebelumnya adalah Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai.

2. Visi Misi Bank Syariah Indonesia (Bank Syariah Indonesia, 2021)

a. Visi

“Top 10 Global Islamic Bank”

b. Misi

1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

“Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+ T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

“Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)”

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

“Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja”

3. Tujuan Pendirian dan Merger Bank Syariah Indonesia (Afdika, 2021)

a. Meningkatkan Layanan Kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia

Dengan menggabungkan tiga bank syariah besar, tentu akan tergabung tiga layanan bank dalam satu pintu untuk mengoptimalkan prospek bisnis dan pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Sinergitas yang dihasilkan dari merger ini tentu akan semakin kuat dan kokoh dan sejalan dalam visi bank syariah di Indonesia di masa depan

b. Perbaiki Proses Bisnis

Akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang dijalankan oleh BSI dan tentu saja ini akan memperbaiki proses bisnis syariah yang sudah berjalan baik selama ini. Meski ada tantangan dalam hal penggabungan nasabah, tantangan ini akan sebanding dengan proses bisnis syariah yang semakin baik kedepannya karena dikelola oleh satu bank.

c. *Risk Management*

Pengelolaan BSI akan meminimalisir resiko-resiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan di masa depan. Keberhasilan Bank Mandiri saat ini yang berawal dari hasil merger empat bank sebelumnya menjadi pelajaran bahwa resiko perbankan bisa diminimalisir jika ketiga bank syariah plat merah ini digabungkan menjadi satu.

d. Sumber Daya Instansi

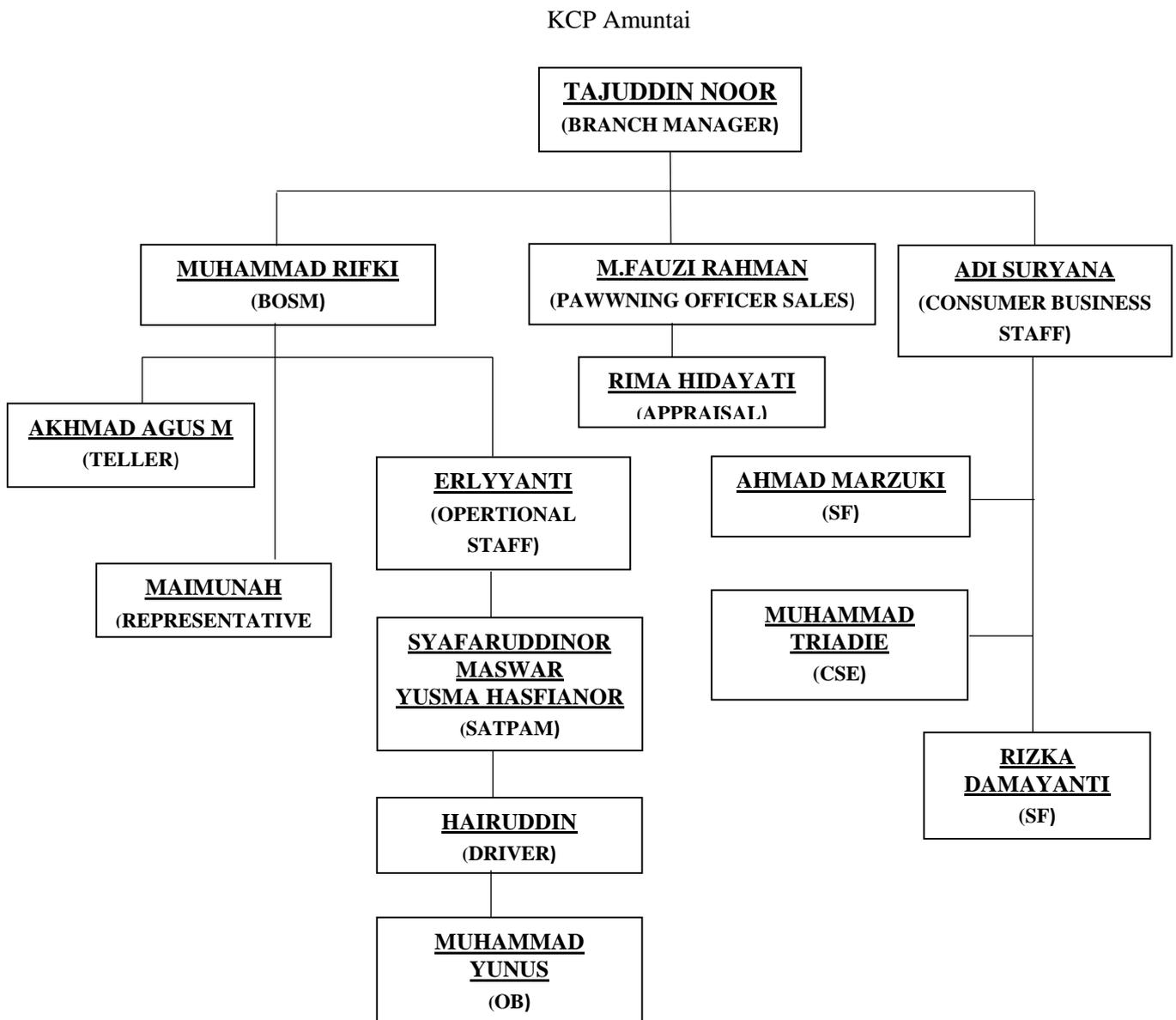
BSI akan menyeleksi sumber daya terbaik untuk menjalankan industri perbankan syariah lebih baik lagi dibandingkan jika berjalan sendiri dengan tiga entitas berbeda. Hal ini akan membuat setiap instansi dan jajaran direksi akan diisi oleh tenaga profesional dan bekerja dalam satu payung lembaga dengan visi dan misi yang searah.

e. Penguatan Teknologi Digital

Pengembangan teknologi dan inovasi perbankan terus bermunculan dan ini adalah tugas dari Bank Syariah Indonesia untuk menyeragamkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Harapannya, teknologi digital yang diusung oleh BSI dapat menjadi tolok ukur untuk sistem teknologi informasi berbasis Syariah dalam skala nasional. Dari segi teknologi, BSI membuat *website* serta aplikasi Bank Syariah Indonesia mobile berbasis *online* yang memudahkan masyarakat dalam mengaksesnya.

4. Struktur PT Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai

Gambar 1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia, Tbk



5. Keadaan Ruangan Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai

Tabel 1 Ruangan Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai

Keadaan Ruangan Lantai 1 (satu)		
No	Rincian Ruang Lantai 1	Jumlah
1.	Banking Hall	1
2.	Customer Service	1
3.	Ruang Operasional	1
4.	Layanan Emas	1
5.	Ruang Security	1
6.	Ruang Admin	1
7.	Ruang Assistant Account Officer	1
8.	Toilet	1
9.	Teller	1
Keadaan Ruang Lantai 2 (dua)		
No.	Rincian Ruangan Lantai 2	Jumlah
1.	Ruang Marketing	1
2.	Ruang Branch Manager	1
3.	Ruang Meeting	1
4.	Gadai Emas	1
5.	Musholla Nasabah	1
6.	Musholla Staf/Pegawai	1
7.	Pantry	1

8.	Toilet	1
----	--------	---

1. Data Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai

Tabel 2 Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai

No	Nama Pegawai	Jabatan
1.	Tajuddin Noor	Branch Manager
2.	Muhammad Rifki	Branch Office and Service Manager
3.	M. Fauzi Rahman	Pawing Office Sales
4.	Adi Suryana	Consumer Business Staff
5.	Akhmad Agus M	Teller
6.	Maimunah	Customer Service
7.	Erlyyanti	Operational Staff
8.	Rima Hidayati	Appraisal
9.	Ahmad Marzuki	Sales Force
10.	Rizka Damayanti	Sales Force
11.	M Triadie	Customer Sales Executive
12.	Syafaruddinor M	Satpam
13.	Yusma Hasfianor	Satpam
14.	Hairuddin	Driver
15.	Muhammad Yunus	Office Boy

7. Produk-Produk Pembiayaan Konsumtif di BSI KCP Amuntai.

(Bank Syariah Indonesia, 2021).

a) BSI Griya Hasanah

BSI Griya Hasanah merupakan salah satu produk pembiayaan konsumtif syariah di BSI yang memberikan layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk ragam kebutuhan, sebagai berikut:

- 1) Pembelian Rumah baru/Rumah second/Ruko/Rukan/Apartemen
- 2) Pembelian kavling siap bangun
- 3) Pembelian atau renovasi rumah
- 4) Ambil alih pembiayaan dari bank lain (*Takeover*)
- 5) *Refinancing* untuk pemenuhan kebutuhan nasabah

Keunggulan:

- 1) Biaya ringan, skema layanan syariah yang pastikan setiap biaya sesuai tujuannya
- 2) Pengajuan *Real Time*, pengajuan pembiayaan rumah lebih mudah dan cepat secara online
- 3) Angsuran tetap dan terencana, prinsip jual beli menjadikan cicilan pasti sesuai kesepakatan nasabah dan bank

Syarat dan Ketentuan Umum:

- 1) WNI berdomisili di Indonesia
- 2) Jenis profesi: pegawai tetap, profesional dan wiraswasta

- 3) Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah

Manfaat Layanan:

- 1) Angsuran ringan dan tetap
- 2) Kemudahan pembayaran dan fasilitas autodebet Tabungan BSI
- 3) Proses pembiayaan mudah dan cepat secara online
- 4) Bebas biaya provisi, pinalti dan appraisal*)

Katalog Rumah Online

Memilih rumah idaman melalui link berikut :

<https://www.lamudi.co.id/banksyariahindonesia/>

Pengajuan Pembiayaan Online

Pengajuan pembiayaan secara online dengan link berikut:

rumahimpian.id

b) BSI Griya Maburr

BSI Griya Maburr merupakan program pembiayaan kepemilikan rumah yang berhadiah Porsi Haji.

Keunggulan:

- 1) Berhadiah Porsi Haji, pembiayaan rumah berhadiah porsi haji setelah pembayaran lancar selama 2 tahun

- 2) Biaya ringan, skema layanan syariah yang pastikan setiap biaya sesuai tujuannya
- 3) Pengajuan *Real Time*, pengajuan pembiayaan rumah yang lebih mudah dan cepat secara online

Syarat dan Ketentuan:

Syarat Umum

- 1) WNI berdomisili di Indonesia
- 2) Jenis profesi: pegawai tetap, profesional dan wiraswasta
- 3) Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah

Syarat Khusus

- 1) Plafon pembiayaan minimal Rp 300.000.000
- 2) Tenor pembiayaan minimal 15 tahun
- 3) Tujuan pembiayaan rumah/ruko/rukan/apartemen baru atau bekas
- 4) Tujuan pembiayaan *take over*
- 5) *) bebas biaya appraisal sampai dengan 5 miliar

Katalog Rumah Online

Memilih rumah idaman melalui link berikut :

<https://www.lamudi.co.id/banksyariahindonesia/>

Pengajuan Pembiayaan Online

Pengajuan pembiayaan secara online dengan link berikut:

<https://rumahimpian.id>

c) BSI Griya Simuda

BSI Griya Muda merupakan produk pembiayaan konsumtif yang memberikan layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk usia muda yang ingin memiliki rumah impian dengan plafon pembiayaan lebih tinggi dan angsuran yang ringan.

Keunggulan:

- 1) Ekstra plafon, rumah impian semakin terwujud dengan plafon pembiayaan yang lebih besar sampai 120%
- 2) Jangka waktu pembiayaan lebih panjang sampai dengan 30 tahun
- 3) Ekstra ringan, skema layanan syariah yang memastikan setiap pembiayaan sesuai dengan tujuannya

Syarat dan Ketentuan Umum:

- 1) WNI berdomisili di Indonesia
- 2) Usia 21-40 tahun
- 3) Profesi nasabah berpenghasilan tetap

Manfaat layanan

- 1) Plafon pembiayaan lebih besar
- 2) Ekstra tenor sampai dengan 30 tahun
- 3) Angsuran ringan dan tetap
- 4) Bebas biaya provisi, pinalti dan appraisal*)

5) *)bebas biaya appraisal sampai dengan 5 miliar

Katalog Rumah Online

Memilih rumah idaman melalui link berikut :

<https://www.lamudi.co.id/banksyariahindonesia/>

Pengajuan Pembiayaan Online

Pengajuan pembiayaan secara online dengan link berikut:

<https://rumahimpian.id>

d) BSI KPR Sejahtera

BSI KPR Sejahtera merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hunian subsidi pemerintah dengan prinsip syariah.

Keunggulan:

- 1) Angsuran tetap
- 2) Subsidi bantuan uang muka
- 3) Sesuai prinsip syariah

Tarif dan biaya:

Tarif setara 5%

Biaya-Biaya :

- 1) Biaya administrasi sebesar Rp. 500.000 dan Biaya Layanan Bank sebesar 0,5% dibebankan kepada Nasabah
- 2) Biaya Materai
- 3) Biaya Notaris

Syarat dan Ketentuan Umum

Syarat dan Ketentuan:

- 1) Memiliki E KTP & NPWP;
- 2) Menyerahkan (SPT) Tahunan PPh Orang Pribadi dan surat pernyataan bahwa penghasilan pokok yang bersangkutan tidak melebihi batas penghasilan pokok yang dipersyaratkan;
- 3) Pemohon wajib terdaftar di SIKASEP (sistem informasi kpr subsidi perumahan) PPDPP; dan SIKUMBANG (sistem informasi kumpulan pengembang) terkait detail kesediaan unit rumah dari pengembang.
- 4) KPR Sejahtera Syariah Tapak : MBR dengan batasan penghasilan keluarga Maksimal Rp. 8.000.000, per bulan
- 5) KPR Sejahtera Syariah pemohon dan pasangan Belum pernah memiliki rumah hunian
- 6) Pemohon dan pasangan Belum pernah menerima pembiayaan perumahan baik yang perolehannya melalui pembiayaan perumahan bersubsidi maupun tidak bersubsidi yang dibuktikan dengan surat keterangan dari kelurahan kepala desa setempat

Cara Pengajuan

Pengajuan melalui kantor cabang terdekat

e) BSI Mitra Beragun Emas (*Non Qardhh*)

BSI Mitra Beragun Emas ini merupakan produk pembiayaan yang bertujuan untuk kebutuhan yang bersifat konsumtif ataupun produktif yang menggunakan akad Murabahah atau Musyarakah Mutanaqishah atau Ijarah dengan beragun berupa emas yang diikat dengan akad Rahn, dimana emas yang digunakan disimpan oleh Bank selama jangka waktu tertentu.

Keunggulan produk: bisa mendapatkan pembiayaan dengan agunan emas.

Untuk produk BSI Mitra Beragun Emas ini tidak dikenakan biaya apapun atau *Free*.

Syarat dan Ketentuan: Legalitas Perorangan / Perusahaan.
Sertifikat Emas.

f) BSI Mitraguna Berkah

BSI Mitraguna Berkah merupakan produk pembiayaan yang bertujuan multiguna tanpa agunan dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi pegawai *payroll* di BSI.

Keunggulan: Proses mudah dan cepat, *Pricing* kompetitif dan Memenuhi berkah kebutuhan.

Keunggulan produk:

- 1) Limit Pembiayaan Dokter s.d Rp. 2 Miliar, Pegawai s.d Rp 1.5 Miliar *
- 2) Tenor s.d 15 tahun *

- 3) Proses mudah dan cepat
- 4) Angsuran Ringan dan Tetap
- 5) *Payroll* BSI

Tarif dan Biaya

- 1) Biaya admin sampai dengan min 0%
- 2) Biaya asuransi sesuai ketentuan

Syarat dan Ketentuan Umum

- 1) KTP Pemohon
- 2) KTP Pasangan/KK (untuk yang telah menikah)
- 3) NPWP
- 4) SK Pegawai
- 5) *Payroll* melalui BSI
- 6) Dokumen pendapatan (amprah/slip gaji atau tunjangan)
- 7) Mutasi Rekening Koran
- 8) Surat Izin Praktik (Khusus Dokter)

g) BSI Multiguna Hasanah

Merupakan produk pembiayaan yang memberikan fasilitas pembiayaan konsumtif untuk:

- 1) Pembelian barang kebutuhan konsumtif seperti renovasi rumah, pembelian perlengkapan/furniture rumah, dll.
- 2) Pembelian manfaat jasa seperti wedding organizer untuk pernikahan, perawatan di rumah sakit, pendidikan, jasa travel agent, dll.

- 3) Pengalihan/pemindahan utang pembiayaan konsumtif di lembaga keuangan lain yang memiliki *underlying* aset

Keunggulan:

- 1) Memenuhi segala kebutuhan konsumtif masyarakat (dengan tujuan yg jelas sesuai dengan prinsip syariah & perundang-undangan yg berlaku)
- 2) Jaminan rumah bisa atas nasabah, pasangan, ataupun orang tua dan anak kandung
- 3) Sesuai dengan prinsip syariah

Keunggulan Produk:

- 1) Angsuran fix/tetap selama jangka waktu pembiayaan
- 2) Akad sesuai dengan kebutuhan nasabah
- 3) Untuk tarif dan biaya pada produk ini *free* atau tidak dipungut biaya.

Syarat dan Ketentuan Umum

Syarat Umum:

- 1) WNI cakap hukum
- 2) Berusia minimal 21 tahun
- 3) Memiliki penghasilan dan mampu mengangsur

Dokumen yang diperlukan:

- 1) Formulir Permohonan
- 2) Fotokopi KTP pemohon & pasangan (bila sudah menikah)
- 3) Fotokopi Kartu Keluarga

- 4) Fotokopi Surat Nikah (bila sudah menikah)
- 5) Slip Gaji Surat dan Keterangan Kerja (pegawai)
- 6) Fotokopi Legalitas dan Izin Usaha. dan Laporan Keuangan/Neraca Laba Rugi (wiraswasta)
- 7) Fotokopi Izin praktek profesi (profesional)
- 8) Fotokopi Tabungan/Mutasi rekening
- 9) Fotokopi NPWP
- 10) Fotokopi SHM/SHGB
- 11) Dokumen Agunan (Copy IMB, Copy SHM, Copy PBB tahun terakhir)

h) BSI OTO

Salah satu pembiayaan yang memberikan pelayanan pembiayaan kepemilikan kendaraan seperti mobil baru, mobil bekas dan motor baru. Dengan cara yang mudah dan angsuran tetap.

Keunggulan: Proses mudah dan cepat serta angsuran murah, tetap serta bekerjasama dengan lebih dari 13.000 dealer.

Keunggulan Produk:

- 1) Sesuai Prinsip Syariah
- 2) Proses mudah dan cepat
- 3) Tenor pembiayaan sd 7 tahun
- 4) Fasilitas autodebet dari tabungan
- 5) *Pricing* kompetitif
- 6) Angsuran tetap hingga jatuh tempo

7) Jaringan layanan yang luas

8) DP mulai dari 0%*

*syarat dan ketentuan berlaku

Syarat dan Ketentuan Umum:

- 1) WNI yang berdomisili di Indonesia.
- 2) Jenis Profesi Nasabah adalah Pegawai tetap, Wiraswasta dan profesional
- 3) Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah
- 4) *Special Price* Pembiayaan BSI OTO untuk pembelian mobil baru

Pengajuan Pembiayaan Online dapat melalui :bsioto.muf.co.id

i) BSI Pensiun Berkah

BSI Pensiun Berkah merupakan pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiun bulanan, diantaranya:

- 1) Pensiunan ASN & Pensiunan Janda ASN.
- 2) Pensiunan BUMN/BUMD.
- 3) Pensiunan & Pensiunan Janda ASN/PNS yang belum memasuki TMT Pensiun namun telah menerima SK Pensiun.

Keunggulan:

- 1) Sesuai prinsip syariah
- 2) Proses mudah dan cepat
- 3) Angsuran tetap dan kompetitif

Keunggulan Produk:

- 1) Limit Pembiayaan s.d Rp 350 Juta
- 2) Tenor Panjang s.d 15 tahun
- 3) Angsuran Ringan dan Tetap
- 4) Mewujudkan beragam kebutuhan

Tarif dan Biaya

- 1) Biaya Admin s.d. min 0%
- 2) Biaya Asuransi

Syarat dan Ketentuan Umum

- 1) KTP Pemohon
- 2) KTP Pasangan/KK (untuk yang telah menikah)
- 3) NPWP
- 4) *Payroll* Gaji/Manfaat Pensiun melalui BSI
- 5) Dokumen pendapatan (carik/buku gaji/ buku tabungan/dokumen pendapatan lain)
- 6) Mutasi Rekening Koran
 - I. Pembiayaan Pensiun: Asli SK Pensiun/SK Pensiun Otomatis/ SK Janda
 - II. Pembiayaan Pra Pensiun: SK PNS/ SK Pengangkatan Terakhir

Cara Pengajuan dapat melalui Kantor Cabang terdekat sesuai KTP.

j) BSI Umrah

BSI Umrah merupakan Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan pembelian Jasa Paket Perjalanan Ibadah Umroh melalui Bank yang telah bekerja sama dengan Travel Agent sesuai dengan prinsip syariah.

Keunggulan:

- 1) Dapat membiayai perjalanan ibadah umrah bersama keluarga
- 2) Umrah menggunakan travel pilihan
- 3) Maksimum pembiayaan s/d 200 juta

Keunggulan Produk:

- 1) Dapat membiayai perjalanan ibadah umroh bersama keluarga
- 2) Umrah menggunakan travel pilihan

Tarif dan Biaya

- 1) Tarif jangka waktu s/d 5 tahun: 9,56% s/d 9,84%
- 2) Biaya administrasi Rp 200.000,-

Syarat dan Ketentuan Umum

Syarat Umum:

- 1) WNI cakap hukum
- 2) Berusia minimal 21 tahun
- 3) Memiliki penghasilan dan mampu mengangsur
- 4) Melengkapi kelengkapan dokumen yang ditentukan
- 5) Memiliki rencana umrah melalui jasa *Travel Agent* yang sudah bekerjasama dengan Bank

k) Mitraguna Online

Merupakan pembiayaan tanpa agunan untuk tujuan multiguna/apa saja dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi pegawai.

Keunggulan:

- 1) Akses lebih mudah melalui mobile
- 2) *Real-time approval*
- 3) Sesuai prinsip syariah

Keunggulan Produk ini adalah kemudahan pembiayaan tanpa agunan melalui Mobile Banking dengan proses pencairan yang cepat dan tidak sulit.

Tarif dan Biaya:

Biaya Asuransi, Biaya Administrasi hingga 1% ,dan Biaya Materai.

Syarat dan Ketentuan Umum

- 1) Nasabah pegawai yang menerima penggajian melalui BSI
- 2) Nasabah pengguna aktif BSI Mobile

Cara Pengajuannya dapat melalui Aplikasi *Mobile Banking*

8. Akad Pada Produk Pembiayaan Konsumtif di Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai

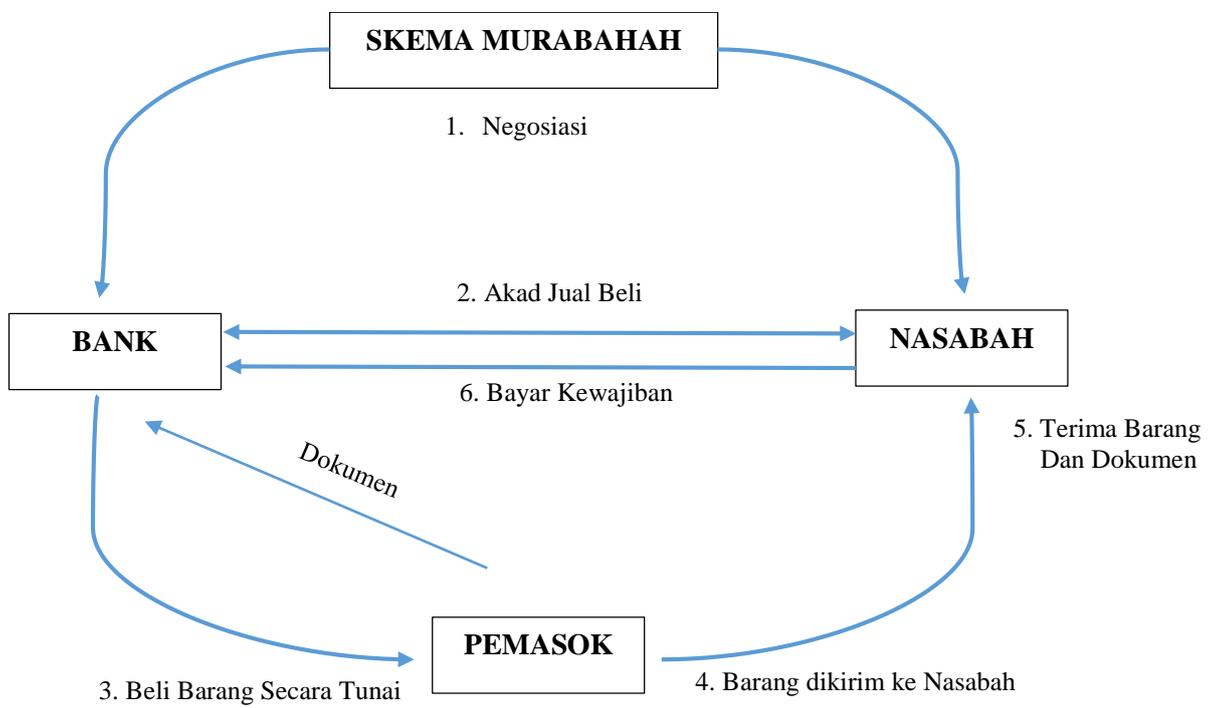
Akad pembiayaan untuk tujuan konsumtif maupun produktif yang digunakan di BSI KCP Amuntai adalah akad Murabahah, Musyarakah Mutanaqishah dan Ijarah. dengan agunan berupa emas yang diikat dengan akad Rahn, dimana emas yang diagunkan disimpan oleh Bank selama jangka waktu tertentu. (Bank Syariah Indonesia, 2021).

1) Murabahah

Murabahah berasal dari kata *ribh* yang artinya keuntungan. Pembiayaan Murabahah selalu selalu menjadi primadona dibandingkan dengan produk perbankan lainnya. Secara nasional, perbankan syariah di Indonesia saat ini menggunakan akad murabahah sebagai salah satu produk utama pembiayaannya. (Basyariah, 2018).

Definisi Murabahah adalah transaksi jual beli dimana bank menyebutkan keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual dan nasabah bertindak sebagai pembeli. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan. (Rodoni & Hamid, 2007, hal. 23).

Gambar 2 Skema Akad Murabahah



2) Musyarakah Mutanaqishah

Musyarakah mutanaqishah merupakan produk turunan dari akad musyarakah, yang merupakan bentuk akad kerjasama antara dua pihak atau lebih. Kata dasar dari musyarakah adalah syirkah yang berasal dari kata *syaraka-yusyriku-syarkan-syarikan-syirkatan* (syirkah), yang berarti kerjasama, perusahaan atau kelompok/kumpulan. Musyarakah atau syirkah adalah merupakan kerjasama antara modal dan keuntungan. Sementara mutanaqishah berasal dari kata *yatanaqishu-tanaqishtanaqishan-mutanaqishun* yang berarti mengurangi secara bertahap.

Musyarakah mutanaqishah (*diminishing partnership*) adalah bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk kepemilikan suatu barang atau aset. Dimana kerjasama ini akan mengurangi hak kepemilikan salah satu pihak sementara pihak yang lain bertambah hak kepemilikannya. Perpindahan kepemilikan ini melalui mekanisme pembayaran atas hak kepemilikan yang lain. Bentuk kerjasama ini berakhir dengan pengalihan hak salah satu pihak kepada pihak lain.

Implementasi dalam operasional perbankan syariah adalah merupakan kerjasama antara bank syariah dengan nasabah untuk pengadaan atau pembelian suatu barang (benda). Dimana aset barang tersebut jadi milik bersama. Adapun besaran kepemilikan dapat ditentukan sesuai dengan sejumlah modal atau dana yang

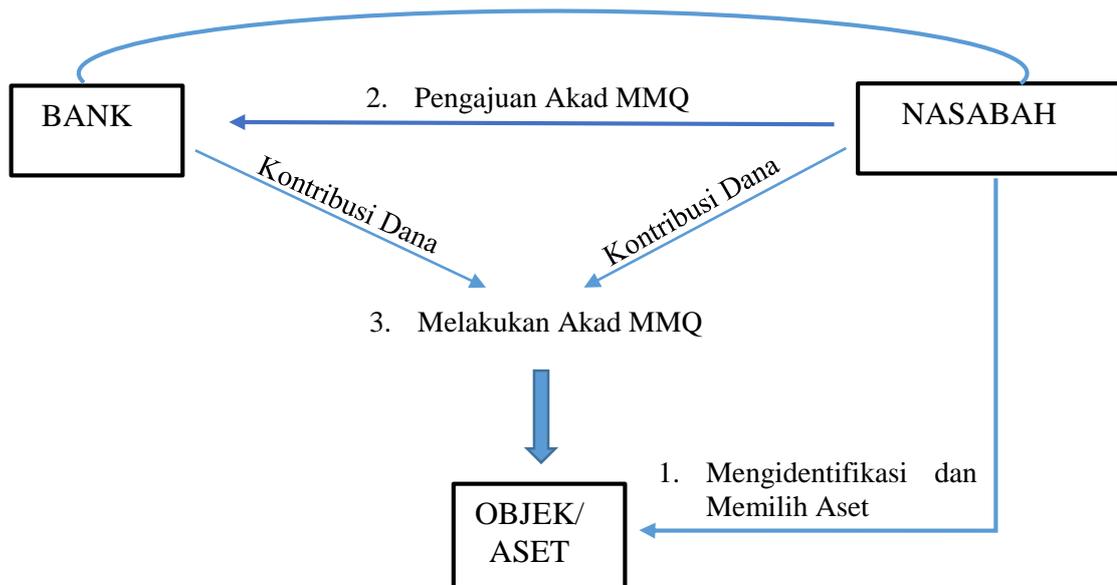
disertakan dalam kontrak kerjasama tersebut. Selanjutnya nasabah akan membayar (mengangsur) sejumlah modal/dana yang dimiliki oleh bank syariah. Perpindahan kepemilikan dari porsi bank syariah kepada nasabah seiring dengan bertambahnya jumlah modal nasabah dari pertambahan angsuran yang dilakukan nasabah. Hingga angsuran berakhir berarti kepemilikan suatu barang atau benda tersebut sepenuhnya menjadi milik nasabah. Penurunan porsi kepemilikan bank syariah terhadap barang atau benda berkurang secara proporsional sesuai dengan besarnya angsuran. (Hosen, 2017).

Musyarakah Mutanaqishah diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 73/DSN-MUI/XI/2008 tentang musyarakah mutanaqishah. Disusul dengan surat keputusan DSN-MUI No. 01/DSN-MUI/X/2013 tentang pedoman implementasi musyarakah mutanaqishah dalam produk pembiayaan. Kedua fatwa ini lahir berturut-turut karena fatwa DSN-MUI No. 73/DSN-MUI/XI/2008 tentang musyarakah mutanaqishah dipahami secara beragam oleh masyarakat, termasuk praktisi keuangan syariah dan otoritas. (Akhyati & Maksum, 2020).

Akad Musyarakah Mutanaqishah (MMQ) dan Murabahah memiliki perbedaan yang mendasar dari sisi konsep. Jika MMQ kerjasama dalam bentuk kepemilikan properti, sedangkan Murabahah merupakan pembiayaan berjenis hutang, dimana memiliki kemiripan jenis dengan utang konvensional. (Basyariah, 2018)

Gambar 3 Skema Akad Musyarakah Mutanaqishah

4. Membayar Kepemilikan Rumah/Aset



3) Ijarah

Produk pembiayaan ijarah pada bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya, termasuk dalam kategori *natural certainty contracts* dan pada dasarnya adalah akad jual beli. Dalam pembiayaan ijarah, objek transaksinya adalah jasa, baik manfaat atas barang maupun manfaat atas tenaga kerja, sehingga dengan skema ijarah, bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya dapat melayani nasabah yang membutuhkan jasa. (Sartika & Adinugraha, 2016, hal. 98)

Bentuk Pembiayaan *Ijarah* merupakan salah satu teknik pembiayaan ketika kebutuhan pembiayaan investor untuk membeli aset terpenuhi dan investor hanya membayar sewa pemakaian tanpa harus mengeluarkan modal yang cukup besar untuk membeli aset tersebut. Secara umum timbulnya *ijarah* disebabkan oleh adanya kebutuhan (*need*) akan barang atau manfaat barang oleh nasabah yang tidak memiliki kemampuan keuangan. (Sartika & Adinugraha, 2016, hal. 98).

Adapun *Ijarah* yang terdapat pada BSI merupakan *Ijarah (IMBT)* atau *Ijarah Muntahiyah bi al-tamlik*. Perbedaan prinsip antara akad *Ijarah* dengan akad *IMBT* adalah seperti pada tabel dibawah ini, sebagai berikut: (Sartika & Adinugraha, 2016, hal. 103).

Tabel 3 Prinsip Ujrah (*Ijarah*)

No	Akad	Definisi
1	<i>Ijarah</i>	Akad sewa menyewa barang antara bank syariah (<i>mu'jir</i>) dengan penyewa (<i>musta'jir</i>). Setelah masa sewa menyewa berakhir barang sewaan dikembalikan kepada <i>mu'jir</i> .
2	<i>Ijarah muntahiyah bi-al tamlik</i>	Akad sewa menyewa barang antara bank (<i>mu'jir</i>) dengan penyewa (<i>musta'jir</i>) yang diikuti dengan janji

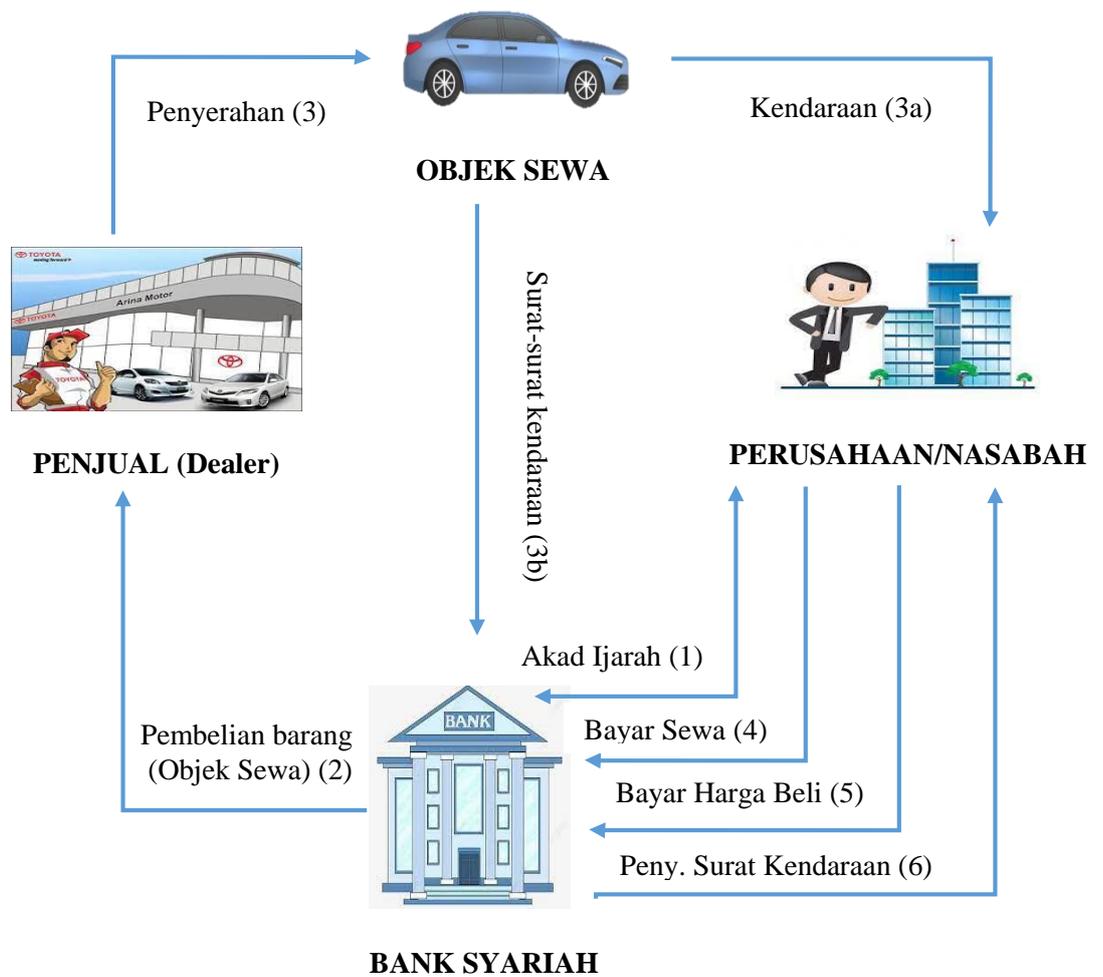
		bahwa pada saat yang ditentukan kepemilikan barang sewaan akan berpindah kepada <i>musta'jir</i> .
--	--	--

Adapun yang mendasari hukum *Ijarah* sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah surat al-Zukhruf (43) ayat 32: (Dewan Syari'ah Nasional(DSN) MUI, 2003, hal. 54)

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ

Artinya: “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan”.

Gambar 4 Skema Ijarah di Bank Syariah



9. Strategi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat

Suatu produk di Bank Syariah tidak akan digunakan atau dibeli bahkan tidak dapat dikenal oleh nasabah karena mereka tidak mengetahui tentang produk tersebut, seperti: manfaat, keunggulan, keuntungan, kemudahan, harga, serta keterangan-keterangan lainnya mengenai produk tersebut. Oleh karena itu, pihak Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada masyarakat mengenai produk-produk yang ditawarkan, khususnya dalam hal ini yaitu produk-produk pembiayaan konsumtif pada Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai.

Dalam dunia marketing identik dengan dunia yang penuh janji manis akan tetapi belum tentu terbukti, apakah produk tersebut sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Maka dari itu harus ada bukti dalam suatu manajemen pemasaran syariah baik pada penjual produk barang atau jasa, bahwa pemasaran syariah merupakan tingkat tertinggi dalam dunia marketing, yaitu *spiritual marketing*, dimana etika, nilai-nilai serta norma yang dijunjung tinggi.

Keahlian dalam mengendalikan strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

Sebagaimana diketahui bahwasanya produk atau jasa yang dihasilkan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli atau peminatnya. Maka dari itu, produsen dalam kegiatan pemasaran produk dan jasanya membutuhkan konsumen atau nasabah untuk mengetahui dan membeli produk dan jasa yang dihasilkan dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan dengan para karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai, maka dapat dipaparkan beberapa strategi yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai dalam memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat.

Berikut data pribadi informan yang didapatkan dari pegawai marketing di Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai yang berjumlah 6 orang:

1. Identitas Informan

Nama : Tajuddin Noor
TTL : Amuntai, 16 November 1988
Riwayat Pendidikan : S1 Ekonomi Syariah
Pekerjaan : Pegawai BUMN
Jabatan : Branch Manager
Lama Pekerjaan : 10 Tahun
Alamat : Amuntai CPS 2

2. Identitas Informan

Nama : Rizka Damayanti

TTL : Kelua, 25 Agustus 1992

Riwayat Pendidikan : S1 PAI Rakha Amuntai

Pekerjaan : Pegawai BUMN

Jabatan : Sales Force

Lama Bekerja : 4 Tahun 3 Bulan

Alamat : Batu Piring RT 02 Kec. Paringin Selatan
Kab.Balangan

3. Identitas Informan

Nama : M. Fauzi Rahman

TTL : Barabai, 22 Juli 1988

Riwayat Pendidikan : S1 Ekonomi Pembangunan Banjarbaru

Pekerjaan : Pegawai BUMN

Jabatan : Pawing Office Sales

Lama Bekerja : 11 Tahun

Alamat : Jl KH Ahmad RT 14 RW 04 Kel. Barabai Timur
Kab. Hulu Sungai Tengah

4. Identitas Informan

Nama : Adi Suryana

TTL : Amuntai, 26 Juni 1979

Riwayat Pendidikan : S1

Pekerjaan : Pegawai BUMN

Jabatan : Consumer Business Staff
Lama Bekerja : 12 Tahun
Alamat : Jl Norman Umar RT 31 Kel. Kebun Sari
Kec. Amuntai Tengah Kab. Hulu Sungai Utara

5. Identitas Informan

Nama : Ahmad Marzuki
TTL : KTA Raden Hilir, 21 Agustus 1993
Riwayat Pendidikan : S1
Pekerjaan : Pegawai BUMN
Jabatan : Sales Force
Lama Bekerja : 4 Tahun
Alamat : Jl Brigjen H. Hasan Baseri RT 03 Kembang
Kuning

6. Identitas Informan

Nama : Muhammad Triadie
TTL : Amuntai, 28 September 1994
Pendidikan Terakhir : S1
Pekerjaan : Pegawai BUMN
Jabatan : Customer Sales Executive
Lama Bekerja : 3 Tahun
Alamat : Komp. CPS Sungai Malang Gang Mahabbah Blok
G Kec Amuntai Tengah Kab. Hulu Sungai Utara

Dari ke 6 informan diatas maka penulis mendapatkan informasi mengenai bagaimana Strategi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai dalam memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat yang kemudian dapat diuraikan penjelasannya sebagai berikut:

1) Sosialisasi

Sosialisasi merupakan langkah termudah untuk melakukan penawaran dan mempromosikan produk-produk pembiayaan konsumtif kepada masyarakat, seperti dengan mengikuti event-event yang bermanfaat untuk Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai. Misalnya mengadakan acara seminar, mendirikan stand di beberapa instansi dan mengadakan kegiatan-kegiatan lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan serta pemasaran produk-produk pembiayaan konsumtif yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai (Damayanti, 2021).

2) *Advertensi*

Advertensi merupakan suatu alat sebagai perantara data informasi antara perusahaan dengan konsumen, sehingga konsumen atau nasabah tidak kesulitan dalam mencari informasi yang terdapat pada perusahaan tersebut. Adapun tujuan dari Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai melakukan langkah strategi ini adalah agar dapat menginformasikan

mengenaikan hal yang berkaitan dengan produk pembiayaan konsumtif yang mereka sediakan melalui pengiklanan. Iklan yang biasa dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai adalah dengan cara melakukan tayangan, gambar ataupun kata-kata yang berulang dimana kata atau kalimat berulang tersebut bertujuan untuk mempertegas hal yang ingin disampaikan dan juga agar iklannya mudah diingat di benak konsumen ataupun nasabah yang sedang membaca, melihat atau menyaksikan tayangan iklan pada spanduk, majalah, koran, radio, televisi, dan media sosial seperti instagram dan facebook yang telah dibuat oleh BSI KCP Amuntai. Adapun dalam penyajian iklan yang dibuat oleh BSI KCP Amuntai yang dikemas semenarik mungkin sehingga dapat mendramatisasi konsumen dan juga bersifat universal atau bisa diterima oleh seluruh lapisan masyarakat serta iklan tersebut tidak memiliki unsur paksaan hal yang disampaikan. (Rahman, 2021)

3) Berkebudayaan atau Kerja sama

Strategi kerja sama juga dilakukan oleh BSI KCP Amuntai dalam memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat. BSI KCP Amuntai telah melakukan kerja sama tersebut ke beberapa lembaga dan instansi seperti instansi di bawah kemenag contohnya KUA, sekolah-sekolah seperti MI/MTs/MA yang berada di kabupaten Hulu Sungai Utara, BSI KCP Amuntai juga melakukan kerja sama ke beberapa Instansi lainnya seperti Rumah Sakit dan Pengadilan Agama. Semakin banyak instansi yang dapat dirangkul, maka semakin banyak pula

peluang keuntungan dan juga agar bisa memperluas pemasaran yang telah direncanakan. Di mana dapat mengacu pada percepatan perkembangan dalam bidang marketing di BSI KCP Amuntai. Dengan demikian eksistensi yang didapatkan oleh BSI KCP Amuntai akan semakin baik di mata masyarakat karena produk yang mereka tawarkan mempunyai banyak dukungan, sehingga membuat produk-produk pembiayaan konsumtif yang mereka tawarkan juga banyak dikenal masyarakat sekitar karena adanya strategi kerja sama ini. (Marzuki, 2021).

4) Jemput Bola

Jemput Bola adalah suatu pelayanan khusus yang dilakukan oleh BSI KCP Amuntai dengan cara melakukan kunjungan ke tempat tinggal atau instansi nasabah dari BSI KCP Amuntai. Jemput Bola yang dilakukan BSI KCP Amuntai ini merupakan upaya dari pihak bank untuk menjalin silaturahmi yang bertujuan agar hubungan antara bank dan nasabah tetap loyal dan harmonis. Strategi ini sering dilakukan oleh BSI KCP Amuntai dengan cara mendatangi para nasabah yang ada di sekolah, kantor dan instansi lainnya yang terkait. Sehingga nasabah yang tertarik dan ingin melakukan transaksi bisa lebih mudah berkat kunjungan yang dilakukan oleh BSI KCP Amuntai tersebut. Selain itu, strategi ini juga bisa disebut sebagai ajang pendekatan antara nasabah dan pihak bank karena dengan cara bertatap muka langsung dengan nasabah, pihak bank dapat membaca kebutuhan dan juga dapat leluasa

menjelaskan mengenai produk-produk pembiayaan yang akan mereka pasarkan. (Suryana, Jemput Bola sebagai Strategi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat, 2021).

5) *Personal Selling*

Personal Selling juga bisa disebut dengan penjualan pribadi merupakan penjualan yang dilakukan secara perorangan yang bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran dan promosi dengan cara menawarkan produk-produk pembiayaan konsumtif kepada calon nasabah baik perorangan, instansi pemerintahan ataupun swasta. Karyawan marketing tersebut juga bertugas untuk menjelaskan mengenai produk-produk pembiayaan konsumtif tersebut secara detail. Selain memberikan penjelasan, karyawan marketing tersebut juga harus bisa memberikan pemahaman yang mendalam mengenai kelebihan, keuntungan, manfaat yang bisa didapatkan serta bagaimana prosedur agar bisa mendapatkan pembiayaan tersebut dengan cara melakukan pendekatan secara pribadi yaitu dengan melakukan interaksi yang intens namun menonjol yang diharapkan mampu membuat suatu hubungan yang terikat antara nasabah dengan pihak bank dalam waktu jangka yang panjang. (Triadie, 2021).

6) Membagi Brosur

Membagikan brosur merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh sales BSI KCP Amuntai. Adapun target atau tujuan

yang akan dikunjungi oleh sales tersebut dalam membagikan dan menyebarkan brosur-brosur tersebut adalah pasar dan beberapa instansi yang terdapat di kawasan Hulu Sungai Utara seperti kantor dan sekolah. Strategi ini merupakan strategi yang cukup efektif untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk yang telah ditawarkan oleh BSI KCP Amuntai. Pada brosur yang dibagikan telah dideskripsikan tentang nama-nama produk pembiayaan konsumtif, syarat dan ketentuan untuk mendapatkan pembiayaannya, batas minimal dan maksimal plafon yang dapat diajukan oleh calon nasabah, batas jangka waktu angsuran, serta jumlah angsuran yang harus dibayar oleh calon nasabah setiap bulannya. Dengan adanya brosur ini, masyarakat dapat mengetahui produk pembiayaan konsumtif apa saja yang disediakan oleh BSI KCP Amuntai yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat agar menggunakan produk yang telah ditawarkan. (Noor, Membagikan Brosur Sebagai Strategi BSI KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat, 2021).

10. Kendala Dan Upaya Yang Dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat

Di dalam sebuah perusahaan yang bergerak dibidang produksi barang dan jasa tentunya mempunyai kendala-kendala yang dihadapi pada saat memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat, begitu pula dengan yang dialami oleh Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai khususnya para karyawan dibidang marketing, mereka mengatakan bahwa ada beberapa kendala ketika melakukan pemasaran produk pembiayaan konsumtif kepada masyarakat di lapangan, sebagai berikut: (Suryana, Kendala-Kendala Yang Dihadapi BSI KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat, 2021).

- 1) Inklusi terhadap masyarakat masih sangat sedikit
- 2) Keterbatasan jumlah outlet Bank dan mesin ATM Bank Syariah Indonesia di Amuntai
- 3) Banyaknya persaingan produk yang sama pada bank syariah lainnya
- 4) Pengetahuan masyarakat yang minim mengenai produk-produk pembiayaan konsumtif di BSI KCP Amuntai
- 5) Kurangnya SDM marketing yang kompeten
- 6) Persyaratan yang belum bisa dipenuhi secara menyeluruh oleh calon nasabah

Sedangkan upaya yang dilakukan oleh BSI KCP Amuntai dalam mengatasi kendala yang dihadapinya, sebagai berikut: (Noor, Upaya Yang Dilakukan Oleh BSI KCP Amuntai Dalam Mengatasi Kendala Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat, 2021).

- 1) Penyampaian mengenai penjelasan produk-produk pembiayaan konsumtif secara pribadi(*face to face*)
- 2) Sosialisasi ke beberapa instansi dalam rangka pendekatan
- 3) Meningkatkan teknologi khususnya pada *mobile banking* BSI untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi yang menyesuaikan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi
- 4) Menciptakan produk baru atau melakukan pembaharuan pada produk yang telah tersedia dan mengikuti selera pasar
- 5) Meningkatkan pelayanan terhadap nasabah
- 6) Mempertahankan biaya transaksi yang wajar dan margin yang rendah serta angsuran yang ringan yang menjadi kekuatan BSI KCP Amuntai untuk menarik minat masyarakat.

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, ditemukan 3 akad yang digunakan BSI KCP Amuntai dalam transaksi produk pembiayaan konsumtif

1. Analisis Akad yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai Dalam Transaksi Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat

Pada BSI KCP Amuntai memiliki produk-produk pembiayaan konsumtif yang mana produk pembiayaan konsumtif tersebut merupakan suatu jenis produk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat yang bersifat perorangan dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi di luar usaha seperti kepemilikan rumah, pembelian motor atau mobil, pembelian jasa perjalanan ibadah haji dan umrah, penerima dana pensiun, renovasi rumah atau pembelian perlengkapan *furniture* dan kebutuhan lainnya.

Adapun Akad pembiayaan untuk tujuan konsumtif maupun produktif yang digunakan di Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai adalah akad Murabahah, Musyarakah Mutanaqishah dan Ijarah.

a) Akad Murabahah

Murabahah merupakan suatu transaksi jual beli dimana pihak bank menyebutkan laba atau keuntungan yang didapatkannya, Bank selaku penjual dan nasabah atau konsumen sebagai pembeli. Adapun harga jual akan dicantumkan di dalam akad jual beli beserta

dengan keuntungan yang didapatkan bank dan apabila telah disepakati perjanjian yang dibuat oleh kedua belah pihak maka kesepakatan tersebut tidak dapat dan tidak akan berubah selama berlangsungnya proses akad atau hingga berakhirnya kontrak pembiayaan. Dalam dunia perbankan biasanya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan.

Adapun praktek pada tahapan untuk mendapatkan pembiayaan konsumtif dengan menggunakan akad murabahah pada BSI KCP Amuntai, seperti pada skema akad murabahah yang telah disajikan sebelumnya, maka dapat dijelaskan bahwa langkah ataupun prosedur pertamanya ialah nasabah mengajukan permohonan kepada pihak BSI dan melakukan negosiasi terhadap barang yang akan dibeli termasuk menjelaskan mengenai bagaimana detail dan sifat dari barang tersebut serta menentukan nisbah keuntungan, tahap kedua jika sudah disepakati maka akan dilaksanakan akad jual beli (murabahah) antara pihak bank dengan pihak nasabah, selanjutnya pada tahapan ketiga BSI akan membelikan barang yang diminta oleh nasabah dan pemasok atau penyuplai barang akan mengirimkan dokumen-dokumen kepada pihak bank sebagai tanda transaksi, setelah pihak bank BSI menerima dokumen maka pemasok akan mengirimkan barangnya kepada nasabah dan memberikan dokumen atas tanda terima barang dan tahapan terakhir ialah nasabah membayar kewajibannya

terhadap angsuran setiap bulan sesuai dengan ketetapan dan kesepakatan yang telah dibuat. Contoh beberapa produk pembiayaan konsumtif yang biasa digunakan dengan akad murabahah adalah produk BSI Mitraguna berkah, BSI Mitra Beragun Emas, BSI Oto dan lain-lain.

b) Akad Musyarakah Mutanaqishah

Secara konseptual Musyarakah merupakan akad kerjasama antara dua pihak ataupun lebih untuk suatu usaha, pengadaan pembelian atau kepemilikan suatu aset tertentu, dimana setiap masing-masing pihak yaitu bank dengan nasabah atau konsumen memberikan kontribusi dana dengan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan bahwa keuntungan serta resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat oleh pihak bank dan pihak nasabah.

Adapun jenis akad musyarakah yang digunakan pada BSI KCP Amuntai ialah akad Musyarakah Mutanaqishah (*diminishing partnership*) yang merupakan bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk kepemilikan suatu barang atau aset. Dimana kerjasama ini akan mengurangi hak kepemilikan pada salah satu pihak yaitu bank dan sementara pihak yang lain yaitu nasabah atau konsumen haknya atas kepemilikannya akan bertambah. Perpindahan kepemilikan ini melalui mekanisme pembayaran atas hak kepemilikan yang lain. Bentuk kerjasama ini berakhir dengan

pengalihan hak salah satu pihak kepada pihak lain. Pada implementasi dalam operasional bank syariah dapat dilihat pada skema pembiayaan musyarakah di atas, dari skema tersebut dapat dijelaskan bahwa ketika calon nasabah ingin melakukan pembiayaan dengan menggunakan akad musyarakah mutanaqishah maka untuk prosedurnya atau langkah pertama agar mendapatkan bisa mendapatkan pembiayaan konsumtif dengan akad MMQ ini nasabah harus melakukan identifikasi kepada bank BSI mengenai aset yang akan dibeli, selanjutnya nasabah harus mengajukan pembiayaan sesuai dengan syarat serta ketentuan bank BSI, kemudian ketika akad dilaksanakan pihak bank BSI dengan nasabah memberikan kontribusi modal atau dana atas aset yang akan dibeli tersebut serta membuat kesepakatan-kesepakatan yang telah disetujui oleh kedua belah pihak termasuk menjelaskan berapa besaran angsuran serta menjelaskan batas waktu ketentuan untuk membayar angsuran tersebut dan yang terakhir ialah nasabah akan membayar sejumlah angsurannya pada setiap bulannya. Perpindahan kepemilikan aset dari porsi BSI kepada nasabah atau konsumen seiring dengan bertambahnya jumlah modal nasabah dari pertambahan angsuran yang dilakukan nasabah. Sehingga ketika angsuran berakhir berarti kepemilikan aset tersebut sepenuhnya menjadi milik nasabah. Adapun contoh produk pembiayaan yang menggunakan akad ini ialah BSI Griya Hasanah, BSI Griya Mabur,

BSI Griya dan BSI Oto Simuda, dimana produk ini merupakan produk yang memberikan fasilitas atau layanan pembiayaan konsumtif yang bertujuan untuk kepemilikan rumah dan kendaraan.

c) Akad Ijarah

Ijarah merupakan salah satu akad yang digunakan BSI KCP Amuntai dalam produk pembiayaan konsumtif. Produk pembiayaan dengan menggunakan akad *ijārah* pada dasarnya merupakan akad jual beli. Dalam pembiayaan dengan menggunakan akad *ijārah*, objek transaksinya ialah jasa, baik manfaat atas barang maupun manfaat atas tenaga kerja, sehingga dengan skema *ijārah*, bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya dapat melayani nasabah yang membutuhkan jasa.

Bentuk Pembiayaan *Ijarah* merupakan salah satu teknik pembiayaan ketika kebutuhan pembiayaan investor untuk membeli aset terpenuhi dan investor hanya membayar sewa pemakaian tanpa harus mengeluarkan modal yang cukup besar untuk membeli aset tersebut. Secara umum timbulnya *ijarah* disebabkan oleh adanya kebutuhan (*need*) akan barang atau manfaat barang oleh nasabah yang tidak memiliki kemampuan keuangan.

Adapun Ijarah yang terdapat pada BSI merupakan Ijarah (IMBT) atau *Ijarah Muntahiyah bi al-tamlik*. Secara sederhana IMBT merupakan dapat diartikan sebagai transaksi sewa-menyewa atas suatu objek atau barang dengan maksud memperoleh manfaat

atas barang tersebut dan dalam perjanjiannya pada akhir masa periode sewa-menyewa pihak bank akan menjual dan memberikan hak kepemilikan sepenuhnya kepada nasabah. IMBT juga bisa diartikan sebagai transaksi yang memiliki perpaduan antara kontrak dengan jual beli atau lebih tepatnya bisa disebut dengan sewa-menyewa yang diakhiri dengan kepemilikan atas barang tersebut menjadi hak si penyewa atau nasabah ketika masa periode sewa-menyewa berakhir. Contoh produk pembiayaan konsumtif yang menggunakan akad ijarah adalah produk BSI OTO, BSI Multiguna Hasanah, BSI KPR Sejahtera yang mana pembiayaan tersebut untuk tujuan pembelian hunian dan pembelian motor dengan akad sewa-menyewa atau ijarah IMBT.

Adapun untuk prosedur atau tahapannya dapat dilihat pada contoh skema Ijarah IMBT yang telah disajikan sebelumnya, dimana dapat dijelaskan pada tahapan pertama ialah nasabah Nasabah mengajukan permohonan pembiayaan kepada BSI, kedua setelah permohonan disetujui oleh pihak bank dan dilakukan kesepakatan antara kedua belah pihak, maka barang atau objek sewa akan dibeli ke supplier contoh ke Dealer, tahap ketiga penyerahan dokumen transaksi dari dealer kepada bank dan penyerahan objek sewa yaitu mobil kepada nasabah selanjutnya pada tahap keempat nasabah harus membayar kewajiban bayar sewa yang disertai dengan penyerahan dokumen-dokumen kepada

nasabah. Di akhir periode masa sewa, bank akan memberikan hak sepenuhnya objek sewa tersebut kepada nasabah yang menjadi penyewa. Dalam Ijarah IMBT memiliki kemiripan dengan Murabahah dimana perbedaan antara akad murabahah dengan akad Ijarah IMBT hanya terletak pada segi prinsip dan status objek ketika pembayaran belum dilunasi dimana murabahah memiliki prinsip akad jual beli sedangkan Ijarah IMBT menggunakan prinsip sewa namun berakhir dengan pemindahan kepemilikan.

Menurut karyawan marketing BSI KCP Amuntai dari ketiga akad di atas, akad yang sering digunakan dan yang banyak diminati ialah akad murabahah, mengapa? Karena skema akad murabahah lebih simpel dan juga mudah untuk penerapannya oleh nasabah. Selain itu, akad murabahah juga memiliki resiko yang lebih rendah, baik dari sisi bank maupun nasabah.

2. Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat

Bersamaan dengan perkembangan zaman, persaingan dalam dunia perbankan syariah saat ini telah menjadi sebuah kompetisi yang cukup ketat dan harus dihadapi dengan cara yang tepat juga agar tetap menjadi sebuah persaingan perusahaan yang sehat dan tentunya berprinsip syariah, terlebih dalam bidang pemasaran. Maka dari itu, BSI KCP Amuntai selalu melakukan berbagai upaya pembaharuan agar tetap bisa bertahan bahkan berkembang dalam segala segmennya, yang pada akhirnya dapat menghasilkan sebuah kemajuan. BSI KCP Amuntai dituntut agar mempunyai suatu sistem khusus seperti sebuah strategi pemasaran yang bersifat substansial dan kredibel agar segala target dapat tercapai sesuai dengan ekspektasi dan dapat melampauinya.

Seperti yang dijelaskan oleh Usi Usmara (2008:27) Strategi merupakan serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang terrealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (*formulation*) yang di ikuti oleh pelaksanaan (*implementation*). (Usmara, 2008)

BSI KCP Amuntai melakukan Strategi Penetrasi pasar, Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) untuk meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas

pada pasar saat ini (lama) melalui promosi dan distribusi secara aktif. (Al Arif, 2010). Oleh sebab itu, BSI KCP Amuntai telah merumuskan serta merealisasikan beberapa strategi dalam memasarkan produknya pembiayaan konsumtif.

Selain itu, BSI KCP Amuntai juga menggunakan strategi bauran pemasaran yang mana menurut Payne (1993:28) mengatakan bahwa bauran pemasaran merupakan unsur atau elemen internal penting yang membentuk program pemasaran dalam sebuah organisasi atau perusahaan (Payne, Service Marketing Pemasaran Jasa, 1993). Adapun elemen bauran pemasaran terdiri dari 4P, yaitu: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat termasuk distribusi), *Promotion* (Promosi). (Anoraga, 2004).

a. *Product* (Produk)

Tujuan utama berdirinya Bank Syariah adalah bertransaksi sesuai dengan prinsip syariah untuk menciptakan hidup yang lebih *maslahat*. Prinsip bank syariah adalah terhindar dari transaksi riba, sehingga produk-produk yang ditawarkan oleh BSI KCP Amuntai kepada calon nasabahnya pastinya halal terhindar dari unsur riba yang haram. Di dalam *marketing mix* strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat memengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk pembiayaan yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.

b. *Price* (Harga)

Menurut (Al Arif, 2010) Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan menegaskan bahwa strategi harga jasa adalah menghitung dan merumuskan nilai atau penentuan harga dari produk jasa yang akan dipasarkan. Dalam strategi menetapkan harga perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah, dan faktor lainnya. Sedangkan faktor yang tidak langsung namun erat hubungannya dengan penetapan harga adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing dan potongan (*discount*) untuk penyalur dan konsumen.

Maka dari itu BSI KCP Amuntai dalam menentukan harga jual atas produk pembiayaan konsumtif selalu memberikan harga yang terbaik atas produk yang mereka pasarkan dan juga biaya angsuran yang ringan setiap bulannya serta margin yang rendah., karena BSI KCP Amuntai memberikan harga yang cukup bersaing dari pada bank-bank syariah pada umumnya. Harga yang relatif rendah dapat menjadi salah satu strategi yang jitu bagi BSI KCP Amuntai dalam menarik minat dan menambah kuantitas nasabah.

c. *Place* (Tempat/Distribusi)

BSI KCP Amuntai mempunyai tempat distribusi yang bagus, sebagaimana yang telah dijelaskan BSI KCP Amuntai terletak di Jl. Abdul Aziz No. 120 Antasari, Amuntai Tengah, Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan. Banyak keunggulan dari tempat berdirinya yaitu; sarana yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum, lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, banyak kendaraan yang lalu lintas, lingkungan yang baik untuk mengembangkan bisnis usaha. Selain itu juga, pasar sebagai tempat distribusi untuk melayani masyarakat pedagang yang menginginkan pelayanan mudah, serta mengikuti acara-acara tertentu. Dengan kelebihan dan keunggulan dari saluran distribusi atau tempat, diharapkan masyarakat dapat menjangkau dengan mudah tanpa halangan suatu apapun.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada para pembeli, lazim disebut kegiatan promosi. (Sutojo, 1988).

Promosi juga dapat diartikan sebagai kegiatan memperkenalkan suatu produk dari perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli kegiatan promosi ini biasanya merupakan komponen yang menjadi prioritas dari kegiatan pemasaran, dengan adanya promosi maka konsumen akan

mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang akan menarik konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Dengan demikian BSI KCP Amuntai telah melakukan promosi terhadap produk-produk pembiayaan konsumtifnya, namun dengan memperhatikan beberapa hal: (Hermawan, 2012).

1) *Advertising* atau Pengiklanan

Iklan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh BSI KCP Amuntai dalam menginformasikan, menarik dan memengaruhi calon nasabahnya. BSI KCP Amntai melakukan promosi dengan iklan melalui berbagai media, seperti: televisi, radio, koran, majalah dan lainnya

Upaya BSI KCP Amuntai dalam melakukan advertensi atau pengiklanan dan penawaran kepada kelompok masyarakat baik secara lisan maupun tulisan dengan menggunakan media cetak seperti brosur dan surat kabar, adapun media elektronik seperti televisi, radio dan handphone yang diposting menggunakan internet ke berbagai media sosial seperti facebook & instagram, dan media cetak *outdoor* seperti spanduk, banner, poster, *billboard* dan lain-lain. Yang mana di dalam iklan tersebut telah memuat berbagai informasi yang singkat, padat dan jelas dan dikemas sedemikian rupa agar dapat menarik dan juga sekaligus memberikan informasi kepada masyarakat yang melihat, membaca atau mendengarkannya mengenai produk pembiayaan

konsumtif yang disediakan oleh BSI KCP Amuntai. Menurut Bapak M. Fauzi Rahman selaku karyawan marketing BSI KCP Amuntai strategi pemasaran dengan cara menggunakan advertensi ini merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan minat serta penjualan terhadap produk pembiayaan konsumtif.

Selain itu BSI KCP Amuntai juga melakukan *advertising* secara *non electronic* yaitu dengan cara membagikan brosur, membagikan brosur adalah salah satu strategi yang digunakan oleh BSI KCP Amuntai dalam memasarkan produk-produk pembiayaan konsumtif kepada masyarakat. Brosur sendiri merupakan suatu alat untuk promosi yang dapat memberikan informasi. Brosur biasanya berbentuk media cetak dan di dalamnya berisikan iklan atau pengumuman yang dapat mengedukasi, membujuk serta hal lain yang dapat mempengaruhi konsumen agar tertarik, yang kemudian diuraikan secara deskriptif namun secara singkat padat dan jelas. Oleh karena itu BSI KCP Amuntai menggunakan strategi ini untuk mempermudah dalam pemberian informasi mengenai produk pembiayaan konsumtif yang mereka tawarkan melalui brosur yang dibagikan kepada masyarakat. Selain itu ada alasan lain dari BSI KCP Amuntai memilih strategi ini sebagai strategi untuk pemasaran ialah karena selain sebagai media informasi dan promosi dalam bentuk cetak, brosur juga merupakan alat yang mudah untuk didistribusikan kepada masyarakat. Bank dengan

mudah dapat membagikan brosur di mana saja dan kapan saja, seperti di rumah-rumah, pinggir jalan, di pusat perbelanjaan atau tempat strategis lainnya. BSI KCP Amuntai telah mengemas brosur tersebut dengan mengusung konsep dan design yang dapat memberikan nilai prestise dan kredibilitas dari produk yang ditawarkan sehingga dengan begitu dapat menarik perhatian dan dapat membangun kepercayaan konsumen atas brosur yang telah disajikan oleh BSI KCP Amuntai.

2) *Publicity* atau Publisitas

Publisitas merupakan sarana promosi yang digunakan bank untuk menarik nasabah melalui kegiatan seperti Sosiali, pameran, bakti sosial, seminar, perlombaan dan lainnya. Kegiatan publisitas ini dapat meningkatkan minat dan pengetahuan masyarakat akan produk pembiayaan konsumtif yang disediakan oleh BSI KCP Amuntai.

Sosialisasi merupakan suatu bentuk usaha untuk memberikan nilai-nilai, kebiasaan dan aturan ke dalam kehidupan baik itu individu maupun kelompok. Sosialisasi juga bisa diartikan sebagai sebuah proses mengkomunikasikan kebudayaan atau hal baru kepada masyarakat yang baru.

Pada pengoperasiaannya juga membutuhkan promosi untuk memasarkan produk dan jasa yang disediakan dalam rangka memperkenalkan dan memajukan bank tersebut dengan cara

melakukan sosialisasi secara optimal dan mendalam kepada masyarakat khususnya di daerah Hulu Sungai Utara. Dalam mengelola pemasarannya BSI KCP Amuntai selalu selektif dalam memilih komponen-komponen penting yang diharapkan dapat memberikan keberhasilan lembaganya. Menurut BSI KCP Amuntai salah satu cara yang cukup efektif untuk meningkatkan pemasaran dan promosi produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat ialah dengan melakukan sosialisasi yang mana sebelum turun kelapangan, para sales telah menentukan siapa saja yang akan menjadi target-target pemasaran produk-produk pembiayaan konsumtif tersebut. Para sales melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan cara menjelaskan kepada mereka mengenai konsep keuangan syariah yang disertai dengan sistem dan prosedurnya operasional BSI dalam rangka membangun hubungan komunikasi yang baik agar dalam proses pemasaran dapat berjalan dengan lancar.

3) *Personal Selling* atau Penjualan Pribadi

Personal selling atau biasa disebut juga dengan penjualan secara pribadi merupakan kegiatan promosi berupa penjualan secara tatap muka dengan cara melakukan kunjungan terhadap calon konsumen atau nasabah yang kemudian sales atau karyawan marketing melakukan penyampaian-penyampaian secara terperinci mengenai produk-produk yang akan ditawarkan

kepada calon nasabah yang berpotensi untuk melakukan pembelian. Hal ini bertujuan untuk mencapai penjualan yang maksimal terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai. Tidak hanya dengan melakukan kunjungan ke tempat nasabah (*door to door*) secara pribadi untuk melakukan *personal selling* ini, namun juga bisa dilaksanakan di lokasi bank berada dan *personal selling* ini bisa dilakukan oleh semua kalangan karyawan baik itu sales marketing, *security*, *cleaning service* bahkan hingga pejabat bank BSI KCP Amuntai itu sendiri.

Selain strategi-strategi di atas ada beberapa strategi lain yang dilakukan oleh BSI KCP Amuntai, yaitu: Berkebun dan Jemput Bola.

1) Berkebun atau Kerja Sama

Kerjasama sendiri masih termasuk dalam kategori Strategi pengembangan Pasar yang merupakan salah satu usaha membawa produk ke arah pasar baru dengan menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategi ini bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat. (Al Arif, 2010)

Kerjasama atau BSI KCP Amuntai sering menyebutnya dengan berkebun merupakan kegiatan yang dilakukan secara bersama untuk mencapai suatu keberhasilan yang menguntungkan kedua belah pihak. Dengan melakukan kerjasama tersebut maka diharapkan bisa

memberikan manfaat yang baik kepada pihak BSI KCP Amuntai dan pihak yang diajak kerja sama. Adapun kerja sama yang dilakukan harus dijalankan secara kompeten dan profesional sehingga dapat memudahkan BSI KCP Amuntai untuk memperoleh nasabah. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan BSI KCP Amuntai sebelum melakukan kerja sama ialah mengidentifikasi lingkungan atau target yang akan mereka ajak kerja sama, melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal calon nasabah baik itu perorangan atau instansi, tujuannya untuk melihat dan mengukur seberapa besar peluang keberhasilan yang akan didapatkan pihak BSI KCP Amuntai ketika melakukan pemasaran nanti sehingga dari peluang kerja sama tersebut dapat membuat perkembangan dalam bidang marketing semakin baik. Ada beberapa instansi yang telah diajak kerja sama oleh BSI KCP Amuntai seperti instansi di bawah naungan Kemenag seperti KUA, sekolah-sekolah MI, MTs dan MA serta Pengadilan Agama di daerah Hulu Sungai Utara.

2) Jemput Bola

Dalam perspektif Islam, jemput bola bisa diartikan sebagai sebuah upaya untuk mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Nabi Muhammad SAW dapat menambah rezeki, memanjangkan umur, serta dapat menjauhkan manusia dari rasa dendam dan juga kebencian. Jemput bola termasuk dalam sebuah pelayanan prima yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia yang dapat meningkatkan rasa loyalitas nasabah terhadap pihak bank. Selain tujuan utama dari jemput bola ini

untuk mempermudah nasabah ketika ingin melakukan transaksi, strategi jemput bola juga dapat dijadikan sebagai alat untuk melakukan pendekatan terhadap calon nasabah yang dapat memunculkan persepsi positif dan kesan pertama yang baik karena nasabah atau calon nasabah merasa puas dan kebutuhan mereka menjadi terpenuhi atas pelayanan yang telah diberikan oleh BSI. Hal ini tentunya dapat memberikan dampak yang positif juga terhadap BSI KCP Amuntai karena dapat meningkat jumlah nasabah berkat pelayanan jemput bola tersebut. Strategi ini dilakukan oleh karyawan atau sales marketing yang terjun langsung ke lapangan untuk mendatangi para nasabah seperti datang langsung ke beberapa rumah nasabah atau ke beberapa instansi misalnya perkantoran, kua dan lainnya untuk melakukan silaturahmi sekaligus promosi dan melakukan transaksi di lokasi nasabah berada.

Dari beberapa strategi yang telah dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwanya ada salah satu strategi yang dominan dari pada strategi lainnya. Strategi yang dimaksud ialah strategi sosialisasi. Alasannya karena strategi ini merupakan strategi paling mudah dan fleksibel untuk dilaksanakan. Karena proses penyampaian dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat. Selain itu strategi sosialisasi ini merupakan konsep promosi yang perlu dipertimbangkan seperti apa cara mengemas pesan yang akan disampaikan agar masyarakat dapat tertarik terhadap penawaran yang diberikan. Sehingga setelah

sosialisasi berakhir karyawan dapat mengevaluasi bagaimana hasil dari rancangan program sosialisasi yang telah mereka berikan sebelumnya.

3. Analisis Kendala dan Upaya Yang Dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat

Dalam suatu Perbankan, pasti ada kendala yang dialami baik kecil maupun besar. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia kendala merupakan halangan rintangan dengan keadaan yang membatasi, menghalangi atau mencegah pencapaian sasaran. (Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1989).

Sama halnya dengan yang di alami oleh BSI KCP Amuntai yang mempunyai kendala-kendala ketika memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat. Maka dari itu diperlukan teori kendala untuk bisa mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi. Seperti yang dijelaskan oleh (Atkinson : 1998) bahwa teori kendala ini merupakan suatu teknik strategik untuk membantu perusahaan secara efektif meningkatkan faktor keberhasilan kritis yang sangat penting. (Atkinson, Anthony, A, Robert, S, & Kaplan, 1998).

Sesuai dengan hasil temuan peneliti menemukan ada beberapa kendala yang dihadapi BSI KCP Amuntai dalam memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat, sebagai berikut:

1) Inklusi terhadap masyarakat yang sangat sedikit

Tingkat akses sales marketing BSI KCP Amuntai terhadap pemasaran pada masyarakat tergolong masih rendah. Hal tersebut disebabkan oleh inklusi atau pendekatan terhadap masyarakat yang masih sedikit yang membuat masyarakat tidak mengetahui mengenai latar belakang, kondisi serta produk yang tersedia pada BSI KCP Amuntai, sehingga membuat masyarakat belum bisa memahami, menerima dan memberi keputusan untuk memilih produk pembiayaan konsumtif yang ditawarkan oleh pihak sales marketing BSI KCP Amuntai ketika melakukan pemasaran. Dampak dari kurangnya inklusi tersebut adalah masyarakat yang belum memiliki rekening dan ATM pada BSI, masyarakat yang masih gagap akan teknologi dalam hal menggunakan internet dan *mobile banking*, dan kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah dan sistem bagi hasil yang pihak bank lakukan. Tentunya ada banyak manfaat ketika kita sering melakukan inklusi dalam bidang keuangan, misalnya dapat meningkatkan efisiensi perekonomian, mendukung stabilitas sistem keuangan, memberikan pasar baru bagi perbankan, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional yang sustain dan berkelanjutan.

2) Keterbatasan jumlah outlet Bank Syariah Indonesia dan Mesin ATM di daerah Amuntai

Keterbatasan jumlah outlet dan mesin ATM yang ada di daerah tersebut membuat masyarakat kesulitan ketika ingin melakukan transaksi seperti ketika nasabah ingin melakukan pembayaran pembiayaan saat jatuh tempo karena jarak dan keterbatasan jumlah outlet tersebut membuat masyarakat malas atau enggan memilih melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai. Adapun outlet yang tersedia di Amuntai hanya berjumlah 1 yaitu berada di Jl. Abdul Aziz No. 120 Antasari, Kec. Amuntai Tengah, Kab. Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan dan mesin ATM yang tersedia di Amuntai hanya terdapat 2 buah yang berada di depan kantor BSI KCP Amuntai dan yang berada di Jl Lambung Mangkurat, Palampitan Hulu, Kec. Amuntai Tengah, Kab. Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan.

- 3) Banyaknya persaingan produk yang sama pada Bank Syariah lainnya

Dengan adanya perkembangan antar bank syariah yang membuat persaingan semakin ketat. Maka dari itu bank dituntut agar selalu inventif dan mengembangkan produk baru yang *high quality* dan mampu menutupi kebutuhan masyarakat. Para pesaing antar bank yang cukup bervariasi sangat memengaruhi pada tingkat laba yang akan didapatkan oleh bank. Apabila produk yang dibuat oleh bank tersebut merupakan produk yang *low quality* dan membuat keuntungan yang didapatkan oleh bank menjadi turun maka bank

tersebut akan kalah dalam persaingan tersebut dengan bank-bank lainnya.

- 4) Pengetahuan masyarakat yang minim mengenai produk-produk pembiayaan konsumtif di BSI KCP Amuntai

Tidak semua kalangan masyarakat telah mengetahui dan memahami segala hal tentang bank syariah secara kompleks, baik itu dari segi produk, prosedur dan lain-lain. Hal ini disebabkan oleh sosialisasi ke masyarakat untuk memaparkan mengenai keunggulan produk dan sistem yang ada di dalamnya masih belum merata sehingga membuat pengetahuan masyarakat menjadi minim. Dengan demikian hal tersebut dapat membuat sales atau karyawan marketing BSI KCP Amuntai merasa kesulitan ketika melakukan pemasaran terhadap masyarakat.

- 5) Kurangnya SDM marketing yang kompeten

kurangnya sumber daya manusia yang kompeten disebabkan oleh karyawan marketing yang rata-rata bukan berasal dari riwayat latar belakang pendidikannya di bidang bisnis atau marketing. Karena ketika bank melakukan perekrutan karyawan atau pegawai khususnya di bidang marketing yang sering terjadi ialah latar belakang pendidikannya tidak dijadikan sebagai tolak ukur serta acuan untuk dijadikan sebagai karyawan marketing akan tetapi lebih ke pengalaman kerja dari si calon pegawai tersebut, serta keahlian

lainnya yang dianggap mampu dijadikan sebagai karyawan marketing, sehingga membuat prinsip-prinsip pemasaran yang dilakukan hanya berdasarkan pengalaman bukan studi empiris yang telah ia tempuh.

- 6) Persyaratan yang belum bisa dipenuhi secara menyeluruh oleh calon nasabah

Persyaratan-persyaratan yang masih belum bisa dipenuhi oleh calon nasabah ketika ingin mengajukan pembiayaan menjadi suatu hambatan ketika melakukan pemasaran kepada masyarakat. Contoh beberapa persyaratan atau peraturan yang telah ditetapkan oleh bank yang tidak bisa dipenuhi oleh calon nasabah seperti umur yang belum mencukupi karena bank mempunyai batas minimal usia, tidak bisa melampirkan dokumen-dokumen yang diminta oleh pihak bank, calon nasabah mempunyai rekam jejak kredit yang tidak baik atau calon nasabah mempunyai tunggakan kartu kredit di bank bank dan data yang dilampirkan tidak sinkron dengan dokumen lainnya atau palsu, sehingga membuat bank menolak untuk memberikan pembiayaan kepada calon nasabah tersebut.

Setelah mengidentifikasi kendala-kendala yang ada, kemudian BSI KCP Amuntai melakukan beberapa upaya agar bisa menghadapi atau membuat solusi atas permasalahan atau kendala-kendala tersebut. Upaya sendiri merupakan usaha akal ikhtiar untuk

mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar dan lain sebagainya.

Sebagai implementasi ide-ide atau upaya dari teori kendala sebagai sebuah solusi atas permasalahan (Goldratt, 1990) mengembangkan lima langkah yang berurutan agar proses perbaikan lebih terfokus dan memberikan pengaruh positif yang lebih baik lagi. Dimana langkah tersebut dapat diartikan secara sederhana melalui beberapa tahap, yaitu:

- a. Mengidentifikasi kendala-kendala yang sedang dihadapi oleh perusahaan, baik kendala yang terjadi didalam perusahaan maupun diluar itu
- b. Memperbaiki kendala tersebut dengan menggunakan sumber daya yang ada
- c. Melakukan peninjauan kembali, apakah sudah ada keselarasan atau sebagainya.
- d. Melakukan proses perbaikan yang berkelanjutan
- e. Mengevaluasi segala kendala yang ada

Upaya sendiri dapat diartikan sebagai suatu usaha ataupun syarat untuk menyampaikan sesuatu atau maksud(akal, ikhtiar). (Baskoro, 2005). Dan upaya yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai dalam mengatasi kendala yang dihadapinya, sebagai berikut:

- 1) Penyampaian mengenai penjelasan produk-produk pembiayaan konsumtif secara pribadi(*face to face*)

Melakukan penjualan atau pemasaran bukanlah hal mudah, terlebih jika calon nasabah tersebut belum begitu memahami mengenai produk yang akan kita tawarkan. Maka dari itu, melakukan penjelasan secara *face to face* ini merupakan cara yang cukup efektif agar bisa membuat nasabah dalam memahami hal-hal yang sebelumnya belum bisa ia mengerti. Sales atau karyawan marketing akan melakukan penjelasan secara pribadi secara bertatap muka langsung (*face to face*) yang pada akhirnya akan terjadi *personal selling* atau penjualan secara pribadi. Teknik yang digunakan oleh karyawan marketing ialah dengan cara berkomunikasi atau menjelaskan mengenai produk pembiayaan yang akan ditawarkan secara personal dengan detail dan mendalam dan membujuk satu persatu calon nasabahnya untuk memengaruhi keputusan pembelian melalui interaksi yang berakhir dengan *personal selling*. Selain untuk meningkatkan penjualan dari pihak bank BSI, teknik ini juga membantu untuk membangun kesadaran masyarakat untuk mengetahui dan memahami mengenai produk dengan cara mengedukasi mereka. Adapun manfaat lainnya dari teknik ini ialah dapat membangun hubungan erat untuk jangka waktu yang panjang dengan nasabah karena dengan menerapkan komunikasi dua arah, BSI juga dapat mendukung nasabah dan membantu mereka dalam memberikan keputusan pembelian produk pembiayaan konsumtif

yang ditawarkan secara kompleks dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

2) Sosialisasi ke beberapa instansi dalam rangka pendekatan

Tidak semua masyarakat memahami tentang bank syariah, apa saja produk yang disediakan?, bagaimana prosedurnya?, apa saja perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional?, apalagi yang instansi dan sekolah-sekolah yang berada di pelosok karena kondisi mereka yang jauh dari perkotaan. Maka dari itu sebagai salah satu upaya yang dilakukan BSI KCP Amuntai dalam memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat, perlu dilakukan sosialisasi BSI secara berkala ke seluruh lapisan masyarakat agar mereka dapat mengetahui tentang perbankan syariah khususnya bank BSI KCP Amuntai. Dengan melakukan sosialisasi tersebut, maka akan memperluas wilayah pemasaran bank BSI KCP Amuntai.

3) Meningkatkan teknologi khususnya pada *mobile banking* BSI untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi yang menyesuaikan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi

Dengan kemajuan teknologi di zaman sekarang banyak hal yang bisa dilakukan secara instan. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh bank BSI KCP Amuntai, BSI telah memberikan suatu media elektronik dengan mengakses internet melalui

handphone milik nasabahnya, yang mana hal tersebut dapat mempermudah pekerjaan nasabah dan membuat penggunaan waktu lebih efisien berkat kecanggihannya, contohnya seperti fitur *mobile banking* yang mana didalamnya telah dikemas suatu media instan untuk melakukan transaksi seperti mentransfer uang, mencek saldo, melakukan pembiayaan, membuka rekening, membayar tagihan, membeli token dan masih banyak lainnya tanpa harus bersusah payah datang langsung ke bank BSI, apalagi yang terkendala dengan jarak serta keterbatasan jumlah outlet dan mesin ATM. Hanya dengan melalui handphone semua transaksi yang nasabah inginkan akan menjadi terasa lebih praktis berkat *mobile banking*.

- 4) Menciptakan produk baru atau melakukan pembaharuan pada produk yang telah tersedia dan mengikuti selera pasar

Agar tidak kalah saing atau ketinggalan dengan bank-bank lainnya, BSI KCP Amuntai selalu menciptakan produk baru dan melakukan pembaharuan produk-produk yang mengikuti selera pasar. BSI KCP Amuntai mempunyai ragam produk pembiayaan BSI Griya Hasanah yaitu pembiayaan kepemilikan rumah biasa, produk pembiayaan BSI Griya Maburr yang merupakan program pembiayaan kepemilikan rumah berhadiah haji dan produk pembiayaan BSI Griya Simuda yang merupakan program pembiayaan kepemilikan rumah yang dapat diberikan pada calon nasabah usia muda dari 21 sampai dengan 40 tahun dengan plafon

pembiayaan yang tinggi namun dengan angsuran yang ringan. Hal tersebut merupakan upaya yang dilakukan BSI KCP Amuntai dalam menarik minat dan memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat

5) Meningkatkan pelayanan terhadap nasabah

Pelayanan Nasabah merupakan suatu pelayanan jasa yang diberikan pihak bank kepada nasabah yang berkaitan dengan kegiatan usaha atau operasional bank dalam sehari-hari. Selain mengharapkan keuntungan yang melahirkan konsep *masalah*, bank juga perlu memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada nasabah dengan tetap menggunakan sikap, perilaku serta kemampuan dalam berinteraksi dengan nasabah agar kepuasan yang nasabah inginkan dapat tercapai. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan, nasabah akan merasa senang dan merasa dihargai sebagai pihak yang membutuhkan atau menggunakan jasa dari BSI, sehingga nasabah akan kembali lagi atau melanjutkan hubungan bisnis seperti pembiayaan yang telah mereka ambil. Selain itu, nasabah yang telah loyal dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan oleh BSI, tidak sedikit dari mereka akan menceritakan kepada orang lain atau orang terdekat mereka tentang pengalaman pelayanan yang telah mereka dapatkan selama melakukan hubungan bisnis dengan BSI. Hal tersebut pula dapat mengundang rasa penasaran dan hasrat orang tersebut untuk

mencoba melakukan hubungan bisnis di BSI KCP Amuntai. Berikut beberapa pelayanan yang telah ditingkatkan dan berkualitas yang diberikan BSI kepada nasabah seperti selalu bersikap ramah dan memiliki empati agar dapat membuat nasabah lebih terbuka dan merasa nyaman, respon yang cepat dan tepat ketika nasabah atau konsumen komplain sewaktu-sewaktu yang bertujuan agar permasalahan yang dialami nasabah cepat terselesaikan dengan tepat tanpa bertele-tele yang berpotensi membuat nasabah atau konsumen merasa diabaikan dan akhirnya meninggalkan bisnis yang telah dijalin dengan BSI, meminta masukan dari nasabah atau konsumen ketika mereka mengalami suatu masalah pihak bank bisa menanyai mengenai kepuasan atas pelayanan yang telah didapatkan apakah sudah cukup atau belum dan meminta feedback atas pelayanan yang telah diberikan yang bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk bank BSI agar terhindar dari permasalahan yang sama dikemudian hari. Untuk mendukung peningkatan pelayanan, BSI KCP Amuntai akan lebih selektif dalam memilih karyawan yang ahli dibidangnya yang akan menciptakan karyawan sebagai SDM yang bermutu dan mampu bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan agar nasabah merasa loyal dan nyaman terhadap BSI KCP Amuntai.

- 6) Mempertahankan biaya transaksi yang wajar dan margin yang rendah serta angsuran yang ringan yang menjadi kekuatan BSI KCP Amuntai untuk menarik minat masyarakat

Yang menjadi kapasitas suatu perusahaan atau bank BSI KCP Amuntai dalam upaya mempertahankan dan menarik minat nasabah ialah dengan cara mempertahankan biaya transaksi yang wajar serta memberikan margin yang rendah serta angsuran yang ringan setiap bulannya. Seperti ketika melakukan pengambilan produk pembiayaan yang mana dalam prosesnya tanpa dipungut biaya admin dan margin yang diberikan oleh pihak bank BSI KCP Amuntai yang rendah serta angsuran setiap bulannya tetap ringan tanpa membebankan pihak nasabah, yang mana dengan hal tersebut BSI KCP Amuntai mampu bersaing dengan bank-bank syariah lainnya dalam hal menarik dan mempertahankan nasabahnya, sehingga bank BSI KCP Amuntai bisa lebih dekat lagi dengan masyarakat atau nasabahnya.