

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Sejarah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

Bank BTN atau lembaga keuangan bank yang bernama PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara Indonesia (BUMN) yang menyediakan produk dan jasa dalam bidang pelayanan keuangan bank baik secara syariah maupun konvensional.

Awal berdirinya Bank BTN atau PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. adalah sekitar tahun 1897 yang bernama Bank Tabungan Negara (BTN) di Batavia dengan produk Bank Tabungan Pos (Postspaarbank). Ketika terjadi penjajahan di Indonesia dari negara Jepang sekitar tahun 1942, Bank Tabungan Negara (BTN) disegel atau diubah namanya menjadi “Tyokin Kyoku” atau “Chokinkyoku”. Setelah Proklamasi Kemerdekaan Negara Republik Indonesia, Bank Tabungan Negara (BTN) kembali diambil alih oleh pemerintah Indonesia sebagai salah satu lembaga keuangan khususnya bagian tabungan kantor pos. Kemudian, seiring berjalannya waktu dan kebutuhan masyarakat akan lembaga keuangan perbankan, sehingga perusahaan ini resmi menjadi lembaga keuangan bank dengan nama “Bank Tabungan Negara” sekitar tahun 1963.

Berdasarkan Surat dari Menteri Keuangan Republik Indonesia No. B-49/MK/I/1974 pada 29 Januari 1974, Pemerintah Indonesia menunjuk Lembaga Keuangan Perbankan khususnya BTN untuk menjadi wadah pendanaan proyek perumahan bagi nasabah maupun bagi masyarakat secara umum. Hal ini sejalan dengan Visi dan Misi dari Bank BTN untuk memberikan pelayanan terbaik kepada semua orang, sehingga Bank BTN mulai menerapkan atau menyediakan Pembiayaan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) pertama kali pada Tahun 1976.

Pada Tahun 1989, Bank BTN mulai beroperasi sebagai bank umum dan memperluas area bisnisnya dengan menerbitkan Surat Obligasi pertama ditahun ini. Pada Tahun 1992, Bank BTN mengalami keberhasilan dibidang industri perumahan dengan menawarkan atau menyediakan Pembiayaan KPR dan memfasilitasi masyarakat secara umum untuk memiliki rumah indaman, sehingga Bank BTN berubah statusnya menjadi PT. Bank Tabungan Negara (Persero). Kemudian, pada Tahun 1994 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) atau Bank BTN mendapatkan izin untuk menjalankan bisnis sebagai Bank Devisa untuk memfasilitasi kebutuhan nasabah atau masyarakat secara umum. Setelah delapan tahun berjalan atau lebih tepatnya pada Tahun 2002, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menetapkan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) atau Bank BTN sebagai Bank Umum dengan lebih konsentrasi terhadap penyelenggaraan Pembiayaan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) tanpa Subsidi melalui Surat yang dikeluarkan oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara dengan No. 5-544/MMBU/2002.

Pada 15 Desember 2004, Bank BTN menerima surat persetujuan dari BI, Surat No. 6/1350/DPbs perihal persetujuan BI mengenai prinsip KCS (Kantor Cabang Syariah) Bank BTN. Maka tanggal inilah yang diperingati secara resmi sebagai hari lahirnya BTN Syariah, melalui persetujuan dari BI dan Direksi PT.BTN maka dibukalah KCS Jakarta pada tanggal 14 Februari 2005, sampai dengan bulan Desember 2009 telah dibuka 20 kantor cabang syariah di beberapa kota di Indonesia, termasuk kantor cabang syariah yang didirikan tanggal 25 Mei 2008 di Banjarmasin jalan Jendral A. Yani km 5 Komplek Kencana No.1 Banjarmasin tersebut merupakan cabang yang ke-15, kemudian berpindah tempat di JL. A. Yani Km. 5,5 No. 456, Kel. Pemurus Luar, Kec. Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan yang telah diresmikan pada tanggal 15 April 2008 dan merupakan Kantor Cabang Syariah yang ke 15.

Pada 14 Februari 2005, BTN Syariah pertama berdiri di Jakarta dan sudah resmi beroperasi sebagai Unit Usaha Strategis (SBU) dengan menjalankan prinsip bisnis sesuai syariah. Berdirinya lembaga keuangan bank ini karena banyaknya permintaan atau minat masyarakat dan kebutuhan masyarakat terhadap produk dan jasa lembaga keuangan bank yang berbasis syariah di Indonesia. Hal ini sejalan dengan langkah pemerintah memberikan aturan atau fatwa dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa umat muslim di Indonesia harus terbebas dari unsur riba atau bunga khususnya transaksi dilembaga keuangan mulai dari menabung hingga pembiayaan. Pelaksanaan operasional usaha

dari BTN Syariah diawasi dan didampingi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas untuk mengawasi, penasehat dan pemberi saran kepada Direksi atau Pimpinan dari Lembaga Keuangan Bank yang berhubungan dengan prinsip-prinsip syariah.

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin memiliki kantor yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani KM 5,5 No. 456, Kelurahan Pemurus Luar, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan Kode Pos 70236. Kantor ini memiliki 4 Lantai, dimana lantai dasar atau pertama merupakan pelayanan utama setiap hari jam operasional kerja yang dilakukan oleh semua karyawan termasuk *Account Officer* kepada seluruh nasabah yang ingin melakukan transaksi atau produk dan jasa lainnya. Pada saat ini, karyawan BTN Syariah Cabang Banjarmasin sudah memiliki 56 orang sebagai karyawan tetap dan 27 orang untuk *outsourcing* tenaga ahli daya gabungan dari cabang yang ada di banjarbaru.

2. Visi dan Misi dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin antara lain sebagai berikut.

a. VISI

Menjadi *Strategic Business Unit* BTN yang sehat dan terkemuka dalam menyediakan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama.

b. MISI

1) Mendukung Pencapaian Sasaran Laba usaha BTN.

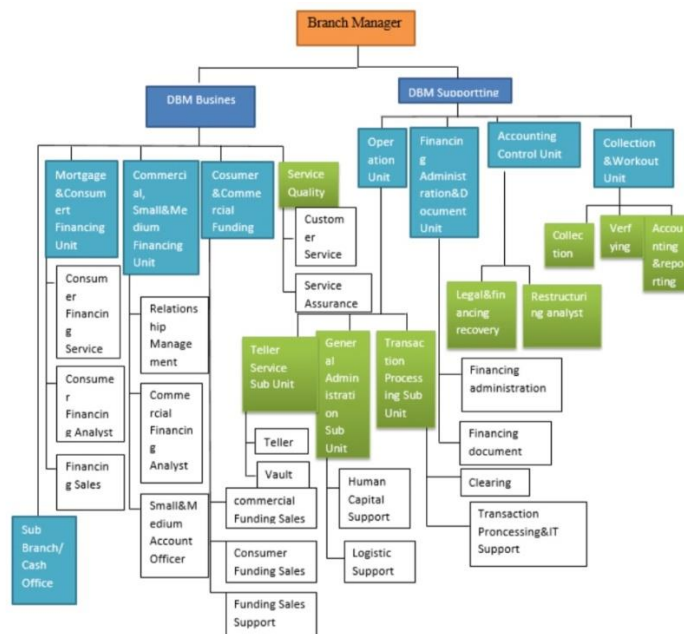
- 2) Memberikan pelayanan jasa keuangan syariah yang unggul dalam pembiayaan perumahan dan produk serta jasa keuangan syariah terkait sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.
- 3) Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah sehingga dapat meningkatkan ketabahan BTN dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha serta meningkatkan *shareholders value*.
- 4) Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap *stakeholders* serta memberikan ketentraman pada karyawan dan nasabah.

3. Struktur Organisasi dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

Kantor Cabang Syariah Banjarmasin antara lain sebagai berikut.

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

Kantor Cabang Syariah Banjarmasin



Sumber : BTN Syariah Cabang Banjarmasin

**Tabel 4. 1 Keterangan Tugas dan Tanggungjawab dari PT. Bank Tabungan
Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin**

No	Nama Jabatan	Keterangan Tugas dan Tanggungjawab
1	<i>Branch Manager</i>	Seseorang yang menjadi pemimpin atau kepala cabang dari BTN Syariah dan membawahi semua divisi lainnya. Fungsi dari <i>Branch Manager</i> adalah bertujuan untuk mengembangkan bisnis baik untuk meningkatkan perolehan laba secara maksimal dan optimal dengan mengawasi seluruh kegiatan atau penyelenggaraan operasional perusahaan agar tidak menyalahi prinsip-prinsip syariah serta tetap menjalankan aturan maupun ketentuan yang berlaku lainnya.
2	<i>Secretary</i>	Seseorang yang dapat membantu pekerjaan dari pimpinan baik membantu manajemen administrasi hingga komunikasi pimpinan. Selain itu, tugas dari sekretasi adalah membuat agenda pimpinan dan pertemuan-pertemuan penting lainnya.
3	<i>Deputy Branch Manager of Business</i>	Seseorang yang bertugas untuk melakukan koordinasi dalam rangka mencapai target bisnis baik pencapaian target <i>Consumer Funding</i> dan mengelola proses penyaluran dana untuk <i>Consumer Financing</i> agar efektif dan efisien yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan ketentuan lainnya yang berlaku. Selain itu, tugas lainnya adalah untuk melakukan koordinasi dalam rangka mencapai target <i>Commercial Funding</i> dan mengelola proses penyaluran dana untuk <i>Commercial Financing</i> agar efektif dan efisien yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan ketentuan lainnya yang berlaku.
4	<i>Relationship Management</i>	Seseorang yang bertugas untuk mencari, mengelola dan mengembangkan portofolio <i>Commercial Financing</i> agar menguntungkan dan tetap berkualitas yang berdasarkan prinsip kehati-hatian (<i>Prudential Banking Practice</i>) maupun <i>Sharia Compliance</i> . Selain itu, tugas lainnya adalah membuat sebuah strategi pemasaran atau penjualan dan usulan rencana untuk mencapai target dana pembiayaan komersil serta bertanggung jawab semua kegiatan tersebut.
5	<i>Consumer Financing Analyst</i>	Seseorang yang bertugas untuk menghasilkan <i>Consumer Financing</i> yang berkualitas melalui standar proses yang ditetapkan.
6	<i>Commercial Financing Analyst</i>	Seseorang yang bertugas untuk menghasilkan <i>Commercial Financing</i> yang berkualitas melalui prinsip kehati-hatian (<i>prudential banking principles</i>).
7	<i>Consumer</i>	Seseorang yang bertugas untuk melakukan dan

	<i>Funding Marketing</i>	mengelola fungsi petugas <i>marketing</i> dan <i>selling</i> atas produk <i>Consumer Funding and Service</i> .
8	<i>Consumer Financing Service</i>	Seseorang yang bertugas untuk melayani dan memastikan tercapainya standar layanan dan proses permohonan <i>Consumer Financing</i> .
9	<i>Customer Service</i>	Seseorang yang bertugas untuk melakukan fungsi pelayanan sebagai petugas <i>Customer Service</i> , <i>maintenance</i> data nasabah, pemasteran data, dan <i>maintenance</i> pemindah bukuan/ <i>standing instruction</i> .
10	<i>Deputy Branch Manager of Supporting</i>	Seseorang yang bertugas untuk memberikan dukungan pada Kantor Cabang Syariah termasuk kantor-kantor Cabang Pembantu lainnya dalam pencapaian target bisnis pada segmen <i>Commercial</i> maupun <i>Consumer</i> melalui pengelolaan operasional bank yang efektif dan efisien serta pengelolaan <i>Accounting and Controlling</i> sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
11	<i>Operation Unit</i>	Seseorang yang bertugas untuk bertanggung jawab atas supervisi aktivitas-aktivitas pada fungsi <i>Teller Service</i> , fungsi <i>Transaction Processing</i> , fungsi <i>Financing Administration</i> , dan fungsi <i>General Banking Administration</i> agar efektif dan efisien serta senantiasa sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
12	<i>Collection</i>	Seseorang yang bertugas untuk bertanggung jawab mengelola anggaran yang terkait dengan pembinaan, penyelamatan dan penyelesaian pembiayaan, serta memastikan dan memeriksa akurasi laporan-laporan yang terkait dengan pembinaan dan penyelamatan pembiayaan di wilayah kerjanya.
13	<i>Teller Staff</i>	Seseorang yang bertugas untuk melakukan fungsi pelayanan transaksi loket (tunai/non tunai), penerapan program Anti Pencucian Uang (APU), dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (PPT), kesesuaian antara fisik uang, bukti dasar transaksi dan hasil <i>entry</i> transaksi, terbebasnya kas dari uang palsu yang tidak sah, administrasi transaksi loket (tunai/non tunai) dan pencetakan laporan transaksi harian, penyortiran uang dan pelaksanaan pelayanan sesuai dengan standar pelayanan <i>front liner</i> .
14	<i>Human Capital Support</i>	Seseorang yang bertugas melakukan semua kegiatan yang berkaitan dengan <i>Human Capital</i> yang berhubungan dengan hak dan kewajibannya serta menjalankan segala aktivitas administrasi dan kesekretariatannya bagi kepentingan Kantor Cabang Syariah.
15	<i>Logistic Support</i>	Seseorang yang bertugas melakukan aktivitas yang berkaitan dengan penata usahaan logistic di kantor cabang dan bertanggung jawab terhadap akurasi dan kelengkapan kartu pengawasan anggaran.

16	<i>TP & IT Support</i>	Seseorang yang bertugas untuk bertanggung jawab atas proses transaksi operasional non tunai, proses master, akurasi dan kebenaran administrasi di Kantor Cabang Syariah, penyetoran pajak terhadap pihak terkait serta berlangsungnya jaringan komunikasi data (Kantor Cabang Syariah, Kantor Cabang Pembantu Syariah, Kantor Kas Syariah, Outlet/Jaringan Syariah lainnya), proses pelaksanaan <i>opening</i> dan <i>closing branch</i> yang berkaitan dengan jaringan komunikasi, akurasi <i>recovery SQL server parameter</i> dan <i>back-up server parameter</i> Kantor Cabang Syariah (berikut dengan kantor-kantor Cabang Pembantu Syariah dibawahnya), serta terselenggaranya tanggapan segera kepada kantor pusat apabila ditemukan kendala.
17	<i>Financing Administration</i>	Seseorang yang bertugas untuk memberikan dukungan kepada proses pembiayaan dalam hal menyampaikan laporan kelayakan usaha dan penghasilan calon debitur maupun kehandalan agunan serta dukungan administrasi pembiayaan.
18	<i>Financing Document</i>	Seseorang yang bertugas untuk memberikan dukungan kepada proses pembiayaan dalam hal penyelesaian dan penatausahaan dokumen-dokumen pembiayaan.
19	<i>Accounting & Reporting</i>	Seseorang yang bertugas untuk melakukan proses fungsi rekonsiliasi <i>Subsidiary Ledger General Ledger</i> (SL-GL), fungsi pelaporan internal dan eksternal, fungsi filling, fungsi penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran (RKAP) dan fungsi analisa pencapaian kinerja.

Sumber : BTN Syariah Cabang Banjarmasin

4. Produk dan Jasa PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

Tabel 4. 2 Produk dan Jasa PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

No	Jenis Produk dan Jasa	Nama Produk dan Jasa
1	Produk Simpanan Syariah (Tabungan Syariah)	a. Tabungan BTN Batara iB. b. Tabungan BTN Prima iB. c. Tabungan BTN Haji iB dan Umroh iB. d. TabunganKu iB. e. Tabungan BTN Qurban iB. f. Tabungan BTN Simpel iB. g. Tabungan BTN Emas iB.
2	Produk Simpanan Syariah	a. Giro BTN iB.

	(Giro Syariah)	b. Giro BTN Prima iB.
3	Produk Simpanan Syariah (Deposito Syariah)	a. Deposito BTN iB. b. Deposito <i>On Call</i> iB.
4	Produk Pembiayaan Syariah (Pembiayaan Konsumer)	a. KPR BTN Subsidi iB. b. KPR BTN Platinum iB. c. Pembiayaan Properti BTN iB (KPR HITS). d. KPR BTN Indent iB. e. Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) BTN iB. f. Pembiayaan Tunai Emas (Tunas) BTN iB. g. Pembiayaan Multijasa BTN iB. h. Pembiayaan Multimanfaat BTN iB. i. Pembiayaan Emasku BTN iB. j. Pembiayaan Talangan Haji.
5	Produk Pembiayaan Syariah (Pembiayaan Komersial)	a. Pembiayaan Konstruksi BTN iB. b. Pembiayaan Modal Kerja BTN iB. c. Pembiayaan Investasi BTN iB. d. Pembiayaan KUR BTN iB. e. Pembiayaan Sindikasi BTN iB.
6	Jasa dan Layanan Syariah	a. Kartu Debit Visa BTN Syariah. b. Kiriman Uang. c. <i>BTN Cash Management</i> . d. <i>Payment Point</i> BTN iB. e. <i>Payroll</i> BTN iB. f. Penerimaan Biaya Perjalanan Haji. g. <i>SPP Online</i> BTN iB. h. Program Pengembangan Operasional BTN iB. i. Garansi Bank BTN iB. j. <i>Safe Deposit Box</i> BTN iB.

Sumber : BTN Syariah Cabang Banjarmasin

Hasil penelitian didapatkan peneliti dengan melakukan wawancara secara langsung terhadap narasumber atau informan dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Adapun hasil penelitian yang didapatkan akan diuraikan peneliti dibawah ini sebagai berikut.

Nama : M. Riska Lazuardi

Umur : 32 Tahun
Nomor HP/WA : 082155270321
Alamat : Jl. Trans Kalimantan Batola
Pendidikan : Strata Satu (S1)
Jabatan : *Consumer Marketing Officer (CMO)*

Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber atau informan dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin yang membahas strategi pemasaran jemput bola terhadap produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi. Wawancara langsung dilakukan oleh peneliti mulai dari 24-28 Oktober 2022 dengan karyawan dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin yang menjabat sebagai *Consumer Marketing Officer (CMO)* memiliki tugas untuk merencanakan strategi pemasaran, mengembangkan pemasaran produk, mengawasi divisi pemasaran dan bertanggungjawab dalam bidang pemasaran perusahaan.

5. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil riset penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menggunakan metode pengumpulan data wawancara dan dokumentasi secara langsung dengan informan atau karyawan dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin mengenai Strategi Pemasaran Jemput Bola dalam meningkatkan minat terhadap Produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi, maka penyajian data berupa hasil penelitian akan diuraikan sebagai berikut.

a. Produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi

Menurut M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa salah satu produk unggulan dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin adalah produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi yang banyak diminati oleh nasabah atau masyarakat banjarmasin. Produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi ditujukan untuk kalangan masyarakat yang memiliki penghasilan rendah agar dapat memiliki rumah impiannya. Produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi merupakan program kesejahteraan yang bekerjasama dengan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (KEMENPERA) dalam mensejahterakan masyarakat agar dapat memiliki rumah atau tempat tinggal yang layak. Tipe rumah subsidi yang ditawarkan adalah tipe 36 dengan luas bangunan sekitar 6x6 meter atau 9x4 meter dan luas tanah sekitar 60 hingga 72 meter persegi. Adapun proses dan syarat yang harus dipenuhi dapat dilihat melalui uraian dibawah ini.

- 1) Syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi nasabah untuk mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi antara lain, yaitu :
 - a) Nasabah atau masyarakat yang ingin mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi wajib Warga Negara Indonesia (WNI).

- b) Nasabah atau masyarakat yang ingin mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi wajib mempunyai Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP).
- c) Nasabah atau masyarakat yang ingin mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi harus berumur minimal 21 tahun atau sudah menikah (Berkeluarga).
- d) Nasabah atau masyarakat yang ingin mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi harus berusia dibawah atau tidak lebih dari 65 Tahun ketika sudah pembiayaan sudah lunas.
- e) Nasabah atau masyarakat yang ingin mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi minimal sudah bekerja atau menjalankan usaha 1 (Satu) tahun.
- f) Nasabah atau masyarakat yang ingin mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi tidak memiliki kredit/pembiayaan yang bermasalah atau macet (IDI BI clear).
- g) Nasabah atau masyarakat yang ingin mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi memiliki penghasilan pokok antara lain, yaitu :
Tapak < Rp4,000.000,00.
Rusun < Rp7,000,000,00.
- h) Nasabah atau masyarakat yang ingin mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi belum pernah

menerima rumah subsidi dari pemerintah dan belum memiliki rumah pribadi.

- i) Nasabah atau masyarakat yang ingin mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi harus menyampaikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) terhadap Pajak Penghasilan (PPH) pribadi sesuai perundang-undangan yang berlaku.

Untuk lebih jelas dan detailnya tentang persyaratan dokumen pribadi yang harus dipenuhi nasabah untuk mengajukan permohonan KPR Syariah Bersubsidi berdasarkan jenis pekerjaannya, maka dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 4. 3 Persyaratan Dokumen atau Berkas Pribadi untuk mengajukan Permohonan KPR Syariah Bersubsidi

Kelengkapan Berkas	Karyawan	Wiraswasta	Profesional
Formulir Pengajuan Produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi	√	√	√
Fotokopi Berkas Pribadi Kartu Tanda Penduduk (KTP)	√	√	√
fotokopi Kartu Keluarga (KK)	√	√	√
Fotokopi Buku atau surat Nikah ataupun Surat Cerai	√	√	√
Fotokopi Surat Keterangan (SK) Pegawai Negeri	√	-	-
fotokopi Slip Gaji Bulanan	√	-	-
Fotokopi Surat Penghasilan dari Pemerintah Daerah	-	√	√
Rekening Koran 3 Bulan Terakhir	√	√	√
Laporan Keuangan 3 Bulan Terakhir	-	√	-
Fotokopi NPWP dan SPT Tahunan PPH orang pribadi	√	√	√
Fotokopi Surat Izin Usaha, SIUP, TDP dan APP	-	√	-
Fotokopi Surat Izin Praktek	-	-	√

Mengisi Surat Pernyataan KPR BTN Bersubsidi iB	√	√	√
---	---	---	---

Sumber : Wawancara dengan M. Riska Lazuardi

- 2) Biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah antara lain, yaitu :
 - a) Biaya Administrasi, yaitu biaya administrasi atau pemberkasan yang ditentukan sesuai provinsi atau bank masing-masing dan biasanya biaya ini sekitar Rp. 250.000 hingga Rp. 500.000 bahkan bisa gratis ketika pihak BTN Syariah melakukan promosi maupun expo atau pameran.
 - b) Biaya Appraisal, yaitu biaya survei rumah atau properti yang diinginkan untuk dilakukan penaksiran harga rumah dan biasanya biaya ini ditentukan sesuai provinsi atau bank masing-masing. Adapun biayanya sekitar Rp. 350.000 hingga Rp. 1.000.000 bahkan bisa gratis ketika pihak BTN Syariah melakukan promosi maupun expo atau pameran.
 - c) Biaya Notaris, yaitu biaya untuk membuat perjanjian atau akad *murabahah* (Jual Beli) antara pihak Bank BTN Syariah dengan nasabah diatas hukum melalui seorang notaris. Adapun biaya ini sekitar Rp. 250.000 hingga Rp. 750.000.
 - d) Biaya Surat Kuasa untuk Memberikan Hak Tanggungan (SKMHT) atau Akta Pemberian Hak Tanggungan (APHT), yaitu biaya biasanya berpatokan pada konvensi 0,25 persen dari 125 persen nilai kredit rumah.

- 3) Cara mendaftar atau mengajukan permohonan produk KPR Syariah Bersubsidi antara lain, yaitu :
 - a) Nasabah atau masyarakat harus menyiapkan dan melengkapi semua dokumen atau berkas permohonan KPR Syariah Bersubsidi.
 - b) Berkas permohonan dari nasabah akan diproses dan diverifikasi oleh Bank BTN Syariah untuk di analisis layak atau tidaknya menerima rumah subsidi.
 - c) Apabila permohonan KPR Syariah Bersubsidi dari nasabah disetujui, maka nasabah harus memiliki tabungan BTN Syariah atau bisa membuat tabungan baru dan mempersiapkan dana yang cukup di tabungan BTN iB tersebut.
 - d) Pihak Bank BTN Syariah akan melakukan akad pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi dengan nasabah mengenai objek rumah yang dipilih, jangka waktu pembayaran dan total pembayaran.
 - e) Proses terakhir adalah pihak Bank BTN Syariah akan membeli rumah dari developer dan mulai proses pencairan permohonan.
- 4) Akad yang digunakan dalam transaksi produk KPR Syariah Bersubsidi antara lain, yaitu :
 - a) Akad *Murabahah* (Jual Beli), yaitu akad jual beli barang atau rumah secara angsuran atau kredit sesuai jangka waktu

yang disepakati bersama. Untuk pembiayaan KPR Syariah jangka waktu pembayaran atau angsurannya mulai dari 10 Tahun hingga 20 Tahun. Akad *Murabahah* (Jual Beli) ini salah satu akad yang sering dan banyak dipilih oleh nasabah atau masyarakat karena biaya bulanan yang tetap sampai rumah lunas.

- b) Akad *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT), yaitu akad sewa berujung kepemilikan atau berpindah hak milik. Keunggulan akad ini adalah biaya diawal murah, tetapi masa yang akan datang semakin meningkat. Akad ini biasanya dipilih oleh seorang pegawai yang memiliki karir pasti atau peningkatan taraf hidup yang lebih jelas.

b. Strategi Pemasaran Jemput Bola terhadap Produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi

Berdasarkan wawancara dengan M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa strategi pemasaran jemput bola merupakan cara memasarkan atau menawarkan produk-produk dan jasa dari bank kepada calon nasabah atau masyarakat dengan langsung turun ke lapangan atau menjemput calon nasabah. Strategi pemasaran jemput bola biasanya dilakukan dengan sistem “*door to door*” atau turun langsung ke lapangan untuk menawarkan setiap produk seperti produk pembiayaan kredit motor, pembiayaan modal usaha, produk tabungan dan lainnya serta membagikan brosur-brosur. Akan tetapi, strategi pemasaran jemput bola dengan sistem “*door to door*” tidak

bisa dilakukan secara langsung kepada calon nasabah atau masyarakat termasuk membagikan brosur. Brosur yang dibagikan ke setiap rumah calon nasabah akan menjadi sia-sia karena dibagikan kepada orang-orang yang sudah memiliki rumah. Untuk target pemasaran Jemput Bola terhadap produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi dari BTN Syariah Banjarmasin adalah sekitar wilayah Banjarmasin, Gambut, Banjarbaru hingga Martapura.

Awal munculnya pemikiran untuk menggunakan atau menerapkan strategi pemasaran jemput bola pada produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi di BTN Syariah Banjarmasin ketika Pandemi Covid-19 mulai melanda atau masuk di Kota Banjarmasin dan adanya pembatasan jam operasional kerja. Oleh sebab itu, pihak BTN Syariah Banjarmasin melakukan pelayanan langsung atau jemput bola dalam memasarkan atau menawarkan produk dan jasa atau layanan yang ada kepada masyarakat atau calon nasabah termasuk produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi. Pada Desember 2020 bagian *Marketing* atau pemasaran BTN Syariah Banjarmasin mulai memikirkan dan merancang strategi pemasaran jemput bola pada produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi agar tetap diminati oleh masyarakat dan mudah diakses, sehingga awal tahun 2021 strategi ini sudah mulai diterapkan untuk mempermudah masyarakat dalam memiliki rumah impian dan meningkatkan minat hingga meningkatkan penjualan produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi.

Menurut M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa BTN Syariah Banjarmasin melakukan pelatihan dan pembinaan satu tahun sekali sesuai batch atau kelompoknya kepada semua karyawan disetiap bidang masing-masing dengan tujuan agar skill atau keahlian karyawan meningkat, sehingga kualitas atau kinerja karyawan menjadi lebih baik dan dapat memberikan kontribusi maksimal kepada perusahaan. Untuk bidang pemasaran pelatihan dan pembinaan yang dilakukan berkaitan dengan komunikasi, analisis kelayakan nasabah hingga analisis berkas atau legalitas pembangunan.

Menurut M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa strategi pemasaran Jemput Bola yang dilakukan karyawan dalam memasarkan produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi antara lain, yaitu :

- 1) Membuat acara atau event BTN Expo setiap tahun. Acara ini biasanya pihak BTN Syariah Banjarmasin mengundang para developer-developer perumahan untuk menawarkan produk-produk mereka kepada masyarakat.
- 2) Terjun atau turun langsung ke lapangan dengan mengunjungi lembaga atau instansi pemerintahan seperti rumah sakit, kantor kecamatan atau desa dan lainnya. Jadi, pihak BTN Syariah Banjarmasin melalui karyawan akan melakukan penjelasan atau presentasi diacara tersebut.

- 3) Terjun atau turun langsung ke lapangan dengan mengikuti acara atau event seperti festival, bazar, acara dari kampus, job fair dan lainnya. Pada acara ini biasanya pihak BTN Syariah Banjarmasin datang menggunakan mobil operasional dan membuat stand atau booth untuk menawarkan produk kepada semua calon nasabah atau masyarakat.
- 4) Terjun langsung ke lapangan dengan melakukan sistem “*Door to door*” terhadap developer yang telah menjalin kerjasama dengan pihak BTN Syariah Banjarmasin. Jadi, pihak bank melalui karyawan akan melakukan kunjungan sekaligus memberikan pelayanan langsung atau pelayanan keliling.
- 5) Terjun atau turun langsung ke lapangan dengan memberikan promosi-promosi menarik ketika mengikuti acara atau event seperti pelayanan cepat dengan proses satu hari sudah bisa mendapatkan rumah impian untuk tipe 36 Subsidi, gratis biaya administrasi dan lainnya.
- 6) Terjun atau turun langsung ke lapangan dengan mengunjungi developer perumahan baru yang belum menjalin kerjasama dengan pihak BTN Syariah Banjarmasin. Jadi, pihak bank melalui karyawan akan memberikan penawaran kerjasama untuk memasarkan produk rumah dari developer menggunakan produk pembiayaan dari BTN Syariah. Hal ini dilakukan agar jalinan kerjasama bertambah dan nasabah memiliki banyak pilihan rumah diberbagai macam daerah.

Menurut M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa pengawasan yang dilakukan oleh manajer atau pimpinan dalam penerapan Strategi Pemasaran Jemput Bola terhadap produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi antara lain, yaitu :

- a) Pengawasan terhadap karyawan dalam melakukan penjelasan atau komunikasi kepada nasabah atau developer.
- b) Pengawasan terhadap keluhan dari nasabah atau developer.
- c) Pengawasan berkas-berkas yang diterima dari nasabah. Hal ini dilakukan agar terhindari dari nasabah fiktif atau palsu yang dapat merugikan pihak bank.
- d) Pengawasan berkas-berkas yang diterima dari developer. Hal ini dilakukan agar pihak terhindar dari developer licik atau curang dalam membuat proyek perumahan.
- e) Pengawasan terhadap hasil penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh karyawan sudah sesuai ketentuan atau tidak.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka pengawasan yang dilakukan oleh BTN Syariah Banjarmasin dalam penerapan Strategi Pemasaran Jemput Bola terhadap produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi adalah pengawasan langsung dan pengawasan tidak langsung.

Menurut M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa evaluasi yang dilakukan oleh manajer atau pimpinan dalam penerapan Strategi Pemasaran Jemput Bola terhadap produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi adalah target penjualan produk KPR Syariah

Bersubsidi apakah mencapai target atau tidak. Untuk target penjualan produk KPR Syariah Bersubsidi adalah 1.000 unit rumah ketika mengadakan event BTN Expo. Sedangkan target ketika mengikuti event sekitar 100 unit rumah dan menambah relasi atau jalinan kerjasama dengan pihak developer baru. Apabila target tersebut tidak tercapai, maka pihak BTN Syariah Banjarmasin akan melakukan evaluasi seperti memperbaiki kualitas pelayanan, kualitas komunikasi dan negosiasi.

Menurut M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa sarana dan prasarana yang disediakan oleh BTN Syariah Banjarmasin dalam mendukung efektivitas dan kinerja karyawan antara lain seperti Alat Tulis Kantor (ATK), Mesin Pencetak Dokumen atau Berkas dan Mobil Operasional. Sarana dan prasarana yang disediakan tersebut sangat bermanfaat, membantu pekerjaan, mempermudah pekerjaan hingga mendukung pekerjaan karyawan khususnya mobil operasional untuk kunjungan atau turun langsung ke lapangan.

Menurut M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa strategi pemasaran jemput bola sudah baik dan efektif mulai dari pelatihan hingga penerapan serta memberikan dampak positif bagi penjualan produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi di BTN Syariah Banjarmasin. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil permohonan pengajuan Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi meningkat perbulannya, sehingga pihak BTN Syariah Banjarmasin dapat menjual rumah subsidi sekitar 200-300 unit perbulan dan pada tahun

2021 dapat menjual rumah subsidi lebih dari 1000 unit rumah. Dampak positif lainnya dari strategi pemasaran jemput bola adalah bertambahnya jalinan kerjasama dengan developer perumahan. Salah satu developer perumahan yang bekerjasama dengan BTN Syariah Banjarmasin adalah PT Mahantas Property Banua yang menawarkan berbagai macam tipe rumah dan berbagai lokasi perumahan. Selain itu, sekitar 50-70% developer perumahan subsidi di Kalimantan Selatan sudah menjalin kerjasama dengan pihak BTN Syariah Banjarmasin dan sekarang sudah menjalin kerjasama sekitar 180 developer perumahan subsidi di Banjarmasin.

c. Keuntungan dan Kendala Strategi Pemasaran Jemput Bola

Menurut M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa keuntungan atau manfaat dari strategi pemasaran jemput bola dalam memasarkan produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi antara lain, yaitu :

- 1) Memperluas pangsa pasar produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi dan menambah jalinan kerjasama dengan pihak developer rumah yang ada di Banjarmasin, Banjarbaru Gambut hingga Martapura.
- 2) Mempermudah calon nasabah atau masyarakat dalam mengetahui hingga memahami produk-produk dari BTN Syariah termasuk produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi.
- 3) Menarik minat calon nasabah atau masyarakat untuk memilih dan menggunakan produk-produk dan jasa yang ditawarkan termasuk produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi, sehingga

dapat meningkatkan penjualan produk atau menambah jumlah nasabah.

- 4) Mempermudah pihak bank atau karyawan mengetahui pangsa pasar atau kebutuhan nasabah, sehingga tujuan pasar yang harus dikunjungi untuk memasarkan atau menawarkan produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi sudah jelas.
- 5) Mempermudah nasabah untuk menyetor biaya angsuran bulanan Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi, sehingga menghindari pembiayaan yang macet atau bermasalah dan pihak bank dapat menawarkan produk lain kepada nasabah.

Menurut M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa kendala dari penerapan atau pelaksanaan strategi pemasaran jempot bola dalam memasarkan produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi antara lain, yaitu :

- a) Cuaca hujan ketika mengadakan event seperti BTN Expo dan ketika mengikuti event dari pihak lain. Dampak dari cuaca hujan adalah event atau acara menjadi terganggu baik dari acara hingga cara penjelasan produk kepada calon nasabah atau masyarakat. Jadi, cuaca hujan salah satu kendala yang tidak dapat dihindari dan diprediksi. Solusi dari kendala ini adalah pihak karyawan melakukan promosi lewat media sosial untuk menarik minat calon nasabah.
- b) Acara atau event yang dibuat atau diadakan oleh pihak panitia kurang menarik, sehingga masyarakat atau calon nasabah

kurang berminat untuk datang atau mengunjungi acara tersebut termasuk tidak tertarik untuk menghampiri stand atau booth dari BTN Syariah Banjarmasin yang menawarkan produk-produk unggulannya. Solusi kendala ini adalah karyawan akan menghampiri setiap orang yang hadir diacara atau event tersebut agar pemasaran produk tidak sia-sia.

- c) Karyawan harus memiliki fisik dan tenaga yang kuat dalam memasarkan atau menawarkan produk-produk dan jasa kepada setiap orang atau calon nasabah. Hal ini dikarenakan terjun langsung ke lapangan harus memiliki banyak risiko
- d) Nasabah yang masih belum paham total tentang KPR Syariah beserta akad-akadnya, sehingga masih beranggapan Pembiayaan dari Bank Syariah sama dengan konvensional yang memiliki bunga dan biaya bulanan atau angsurannya mahal.
- e) Nasabah yang memaksa untuk mendapatkan rumah subsidi, tetapi nasabah tersebut memiliki riwayat buruk dalam pembiayaan.
- f) Adanya risiko terhadap pihak bank atau karyawan dalam menerima uang palsu secara langsung dilapangan dari nasabah.
- g) Developer yang tidak jujur atau nakal dalam menggarap atau membuat proyek perumahan. Salah satu bentuk developer perumahan yang tidak jujur adalah berkas-berkas tanah yang belum selesai diurus atau masih belum legal, tanah perumahan belum lunas dibeli dan jalan untuk menuju perumahan belum

dibeli atau belum dilunasi karena dianggap jalan umum padahal tanah milik pribadi. Salah satu bentuk tidak jujur pihak developer yang dapat merugikan pihak bank adalah membuat nasabah fiktif untuk membeli perumahan yang dimiliki developer dan lainnya. Oleh sebab itu, pengawasan dan pengendalian dalam melakukan Strategi Pemasaran Jemput Bola terhadap produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi sangat penting untuk menghindari hal-hal tersebut.

B. Analisis Data

1. Strategi Pemasaran Jemput Bola BTN Syariah Banjarmasin dalam meningkatkan Minat Nasabah terhadap Pembiayaan KPR Bersubsidi.

Menurut M. Riska Lazuardi menyatakan bahwa strategi pemasaran jemput bola merupakan cara memasarkan atau menawarkan produk-produk dan jasa dari bank kepada calon nasabah atau masyarakat dengan langsung turun ke lapangan atau menjemput calon nasabah maupun menggunakan sistem "*Door to door*". Hal ini sependapat dengan teori yang dikemukakan oleh (Hudori, 2017, hal. 167) menjelaskan bahwa jemput bola merupakan sebuah cara atau metode pemasaran dimana pihak perusahaan mendatangi atau mencari konsumen secara langsung. Dalam dunia perbankan, pemasaran jemput bola merupakan sebuah pelayanan yang dilakukan oleh karyawan bank secara langsung dengan cara datang langsung dan menjemput langsung dana dari nasabah

seperti *door to door*, presentasi langsung dan menawarkan langsung produk kepada calon nasabah. Teori lain yang sependapat juga dikemukakan oleh (Fareza, 2014, hal. 4) menjelaskan bahwa sistem pemasaran jemput bola atau sering disebut pemasaran secara langsung merupakan sebuah sistem pemasaran yang sifatnya interaktif dengan cara memanfaatkan berbagai macam media komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung seperti iklan, media sosial, dan lainnya dengan tujuan untuk menimbulkan respon dari nasabah, sehingga dapat mempermudah dalam mengukur minat, mengukur tingkat penjualan dan mengetahui keadaan pasar. Dalam sistem pemasaran jemput bola adalah suatu komunikasi antara pihak bank dengan nasabah atau calon nasabah dalam memasarkan dan menawarkan suatu produk barang dan jasa dengan cara menghampiri atau mendatangi secara langsung ke lokasi yang sudah ditentukan. (Fareza, 2014, hal. 4)

Menurut M. Riska Lazuardi menyatakan bahwa strategi pemasaran Jemput Bola yang dilakukan karyawan dalam memasarkan produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi adalah membuat acara atau event BTN Expo setiap tahun, terjun atau turun langsung ke lapangan seperti mengunjungi lembaga atau instansi pemerintahan, mengikuti acara atau event, melakukan sistem "*Door to door*" terhadap developer yang telah menjalin kerjasama dengan pihak BTN Syariah Banjarmasin, memberikan promosi-promosi menarik dan mengunjungi developer perumahan baru. Hal ini sependapat dengan teori yang dikemukakan oleh (Karim, 2011, hal. 83) menjelaskan bahwa sistem pemasaran jemput bola

merupakan sebuah sistem pemasaran yang aktif dan melibatkan karyawan bank secara langsung untuk menawarkan dan memberikan pelayanan kepada konsumen atau nasabah. Adapun cara melaksanakan strategi pemasaran jemput bola antara lain, yaitu :

- a. Layanan Pesan Antar atau pelayanan keliling, yaitu sebuah cara yang dilakukan oleh perbankan dalam menawarkan produk dan memberikan pelayanan melalui komunikasi tidak langsung atau pesanan seperti melalui media sosial atau pengajuan *online*, kemudian diproses oleh pihak bank sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Sedangkan pelayanan keliling merupakan sebuah pelayanan yang dilakukan oleh pihak bank dengan cara keliling dan menyambangi tempat-tempat atau lokasi yang sudah direncanakan seperti acara atau event atau kunjungan ke developer. Dengan adanya pelayanan pesan antar dan pelayanan keliling dapat memberikan kemudahan bagi nasabah atau calon nasabah serta dapat meningkatkan minat dan penjualan produk. Layanan pesan antar atau keliling yang dilakukan oleh BTN Syariah Banjarmasin adalah melayani calon nasabah yang datang ke developer perumahan dengan menjelaskan dan menawarkan produk KPR Syariah Bersubsidi. Selain itu, pihak BTN Syariah Banjarmasin juga melakukan pelayanan keliling ke desa atau kecamatan yang ada di Banjarmasin untuk menjangkau luas nasabah dengan tujuan untuk mengenalkan, menjelaskan dan menawarkan produk KPR Syariah Bersubsidi kepada calon nasabah. Jadi, kunjungan atau layanan

- keliling dari pihak BTN Syariah Banjarmasin dengan datang ke pihak developer biasanya dilakukan 2-3 kali dalam seminggu. Sedangkan kunjungan atau layanan keliling dari pihak BTN Syariah Banjarmasin dengan datang ke desa atau kecamatan yang ada di Banjarmasin biasanya dilakukan 2 kali dalam sebulan.
- b. Terjun langsung ke lapangan, yaitu pihak bank atau karyawan bank langsung turun ke lapangan dalam memberikan pelayanan dan menawarkan produk kepada nasabah atau calon nasabah dengan cara melakukan penjelasan atau presentasi dan membagikan brosur tentang produk yang ditawarkan. Sistem pemasaran jemput bola dengan cara turun langsung ke lapangan bisa dilakukan oleh pihak bank atau karyawan bank setiap hari atau satu bulan sekali dalam memperluas jaringan pemasaran produk bank syariah. Dalam hal ini Pihak BTN Syariah Banjarmasin terjun langsung ke lapangan untuk mengenalkan, menjelaskan dan menawarkan produk tabungan dari BTN Syariah dan produk pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi dengan menjalin kerjasama berbagai macam instansi seperti pemerintah kabupaten/kota, pemerintah desa, pemerintah kecamatan sekolah, kampus dan lainnya. Kegiatan terjun ke lapangan yang dilakukan oleh karyawan dari BTN Syariah Banjarmasin biasanya dilakukan 2 kali dalam sebulan atau minimal satu kali dalam sebulan.
- c. Membuka stand, mengadakan acara atau event, yaitu pihak perbankan membuat atau mengadakan sebuah acara-acara besar atau

- bekerjasama dengan pihak lain seperti mesjid, sekolah, kampus dan lembaga atau instansi lainnya dalam hal memasarkan produk-produk bank syariah. Jadi, pihak perbankan membuka stand atau booth untuk memberikan pelayanan dan penawaran produk kepada nasabah atau calon nasabah. Dalam hal ini Pihak BTN Syariah Banjarmasin rutin mengadakan event BTN Expo setiap satu tahun sekali untuk mengenalkan, menjelaskan dan menawarkan berbagai macam produk dan jasa dari BTN Syariah termasuk produk KPR Syariah Bersubsidi. Selain itu, pihak BTN Syariah Banjarmasin juga sering mengikuti acara atau event yang dibuat oleh pihak lain seperti acara yang dibuat oleh pihak kampus, sekolahan, pemerintah kota, bekerjasama dengan pihak mesjid dan lainnya. Jadi, pihak BTN Syariah Banjarmasin akan selalu mengikuti kegiatan atau event besar yang menarik dan bagus di kota Banjarmasin dengan tujuan untuk mengenalkan produk dan jasa dari BTN Syariah serta bertujuan untuk menambah nasabah termasuk menarik minat masyarakat untuk memilih produk KPR Syariah Bersubsidi yang ditawarkan oleh BTN Syariah Banjarmasin.
- d. Melakukan sistem *door to door*, yaitu pihak bank melalui karyawan atau staff *marketing/account officer* melakukan pelayanan dan penawaran produk secara langsung dengan cara mendatangi langsung nasabah atau calon nasabah dari rumah ke rumah, pintu ke pintu (*Door to door*) dan mulut ke mulut. Dengan melakukan sistem *door to door*, pihak perbankan secara tidak langsung melakukan

sosialisasi atau pengenalan dan pemasaran yang merata kepada semua kalangan masyarakat. Selain itu, sistem *door to door* juga dapat mempermudah penghimpunan dan penyaluran dana karena mengetahui situasi atau keadaan dari nasabah. Dalam hal ini pihak BTN Syariah Banjarmasin melakukan sistem *door to door* dengan pihak yang sudah menjalin kerjasama seperti developer perumahan, instansi pemerintah dan lainnya yang ada di kota Banjarmasin. Sistem *door to door* yang dilakukan adalah melakukan kunjungan dengan tujuan untuk menjelaskan, mengenalkan dan menawarkan berbagai macam produk maupun jasa yang ada di BTN Syariah Banjarmasin termasuk produk KPR Syariah Bersubsidi.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan atau pelaksanaan strategi pemasaran jemput bola untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi pada BTN Syariah Banjarmasin, maka pelaksanaan yang dilakukan oleh pihak BTN atau karyawan adalah mulai dari pelayanan pesan antar atau layanan keliling, terjun langsung ke lapangan untuk mengenalkan dan menawarkan produk KPR Syariah Bersubsidi, mengadakan dan mengikuti event atau acara besar di Kota Banjarmasin dan melakukan sistem *door to door* kepada pihak developer perumahan maupun instansi pemerintah. Hal ini dilakukan agar produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi dapat diketui atau dikenal oleh masyarakat, sehingga dapat menarik minat nasabah atau masyarakat untuk memilih atau menggunakan produk yang ditawarkan oleh BTN Syariah Banjarmasin.

Menurut M. Riska Lazuardi menjelaskan bahwa strategi pemasaran jemput bola sudah baik dan efektif mulai dari pelatihan hingga penerapan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil permohonan pengajuan Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi meningkat khususnya wilayah banjarmasin baik pengajuan ke bank secara langsung maupun pengajuan ke developer dan bertambahnya jalinan kerjasama dengan developer perumahan. Hal ini sependapat dengan teori yang dikemukakan oleh (Kenneth E. Clow dan Donald Baack, 2021, hal. 15) menjelaskan bahwa tujuan dari strategi pemasaran antara lain, yaitu :

- 1) Strategi pemasaran bertujuan untuk menarik minat konsumen atau pelanggan untuk membeli atau menggunakan suatu produk barang dan jasa yang ditawarkan secara terus-menerus atau berulang-ulang.
- 2) Strategi pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan melalui pelayanan yang diberikan.
- 3) Strategi pemasaran bertujuan untuk memasarkan semua produk barang dan jasa yang disediakan atau ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen atau pelanggan.
- 4) Strategi pemasaran bertujuan untuk membangun citra merek maupun citra perusahaan dimata konsumen atau pelanggan.
- 5) Strategi pemasaran bertujuan untuk menciptakan produk barang dan jasa yang sesuai kebutuhan pasar atau kebutuhan konsumen atau pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan strategi pemasaran jemput bola sudah sesuai dengan tujuan pemasaran yang

berguna untuk meningkatkan atau menarik minat konsumen atau nasabah, mampu memberikan kepuasan kepada konsumen atau nasabah, mampu mengenalkan produk dan jasa kepada nasabah dan mampu membangun citra merek produk maupun citra perusahaan.

Menurut M. Riska Lazuardi menyatakan bahwa pengawasan yang dilakukan oleh manajer atau pimpinan dalam penerapan Strategi Pemasaran Jemput Bola terhadap produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi adalah pengawasan secara langsung dan pengawasan tidak langsung. Hal ini sependapat dengan teori yang dikemukakan oleh (Terry, 2012, hal. 18) menjelaskan bahwa pengawasan adalah suatu pemantauan perilaku seseorang, kegiatan seseorang dan kontribusi seseorang terhadap organisasi atau perusahaan, sehingga perusahaan mudah untuk menilai kinerja karyawan hingga melakukan evaluasi terhadap kinerjanya dan sebagai jaminan untuk mencapai tujuan dari perusahaan yang telah direncanakan. Oleh sebab itu, seorang pemimpin akan merencanakan target pemasaran perusahaan dan merencanakan pengawasan terhadap kinerja karyawannya. Adapun pengawasan yang dilakukan terhadap penerapan strategi pemasaran jemput bola antara lain, yaitu :

- a) Pengawasan langsung (*Direct Control*), yaitu pengawasan yang dilakukan oleh pimpinan atau bidang kepegawaian secara langsung dengan turun langsung memantau kinerja karyawan baik secara terstruktur atau terencana maupun secara mendadak atau tiba-tiba. Pengawasan langsung seperti inspeksi langsung ditempat kerja,

- pengamatan ditempat (*On The Spot Observation*) dan laporan ditempat (*On The Spot Report*). Keuntungan pengawasan langsung adalah dapat mengetahui kinerja karyawan secara langsung dan tidak dapat dimanipulasi atau rekayasa. Sedangkan kelemahannya adalah pihak pimpinan atau bidang kepegawaian harus mengeluarkan tenaga lebih untuk mengawasi dan mengamati pekerjaan karyawannya serta mengeluarkan biaya untuk melakukan pengawasan langsung, sehingga sebagian pimpinan lebih memilih pengawasan tidak langsung. Pengawasan langsung yang dilakukan oleh BTN Syariah Banjarmasin adalah pengawasan terhadap karyawan ketika melakukan penjelasan produk, pengawasan terhadap komunikasi karyawan dengan calon nasabah atau developer perumahan, pengawasan berkas dari nasabah maupun dari developer perumahan.
- b) Pengawasan tidak langsung (*Indirect Control*), yaitu pengawasan yang dilakukan oleh pimpinan atau bidang kepegawaian secara tidak langsung atau jarak jauh. Pengawasan tidak langsung seperti laporan yang disampaikan oleh karyawan atau bawahan dalam bentuk tertulis dan secara lisan. Keuntungan pengawasan tidak langsung adalah pihak pimpinan atau bidang kepegawaian tidak mengeluarkan tenaga lebih dan tidak mengeluarkan biaya pengawasan. Sedangkan kelemahannya adalah rentan terjadi laporan rekayasa atau hanya menyampaikan laporan yang positif saja, sehingga pihak pimpinan atau bidang kepegawaian sulit menilai dan mengevaluasi kinerja

karyawan. (Kadarisman, 2013, hal. 173) Pengawasan langsung yang dilakukan oleh BTN Syariah Banjarmasin adalah pengawasan terhadap tindakan dan hasil dari penerapan strategi pemasaran apakah sudah sesuai atau tidak.

2. Kendala yang dihadapi oleh BTN Syariah Banjarmasin dalam penerapan Strategi Pemasaran Jemput Bola untuk meningkatkan Minat Nasabah terhadap Pembiayaan KPR Bersubsidi.

Menurut M. Riska Lazuardi menyatakan bahwa keuntungan atau manfaat dari penerapan strategi pemasaran jemput bola dalam memasarkan produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi adalah memperluas pangsa pasar, mempermudah calon nasabah atau masyarakat dalam mengetahui hingga memahami produk bank syariah, menarik minat calon nasabah atau masyarakat terhadap produk yang ditawarkan, mempermudah pihak bank atau karyawan dalam mengetahui pangsa pasar atau kebutuhan nasabah dan mempermudah nasabah untuk melakukan setoran biaya angsuran bulanan Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi. Hal ini sependapat dengan teori yang dikemukakan oleh (Abdullah, 2014, hal. 228) menjelaskan bahwa keuntungan dari pemasaran jemput bola antara lain, yaitu :

- a. Mempermudah nasabah atau calon nasabah untuk mengetahui suatu produk dari bank syariah. Hal ini karena produk dari KPR Syariah Bersubsidi selalu dipromosikan atau dikenalkan oleh pihak BTN Syariah Banjarmasin secara langsung baik membuat acara sendiri maupun mengikuti acara lain.

- b. Mempermudah nasabah dalam melakukan setoran tabungan. Hal ini karena karyawan melakukan promosi langsung atau terjun langsung kelapangan dan selalu mengingatkan pihak nasabah untuk membayar cicilan atau setoran pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi.
- c. Mempermudah nasabah dalam melakukan pembayaran angsuran pembiayaan atau kredit, sehingga menghemat waktu dan tenaga bagi nasabah serta mengurangi kemungkinan terjadinya pembiayaan bermasalah atau macet. Hal ini dilakukan oleh pihak BTN Syariah Banjarmasin agar pembiayaan tidak bermasalah atau macet dan mempermudah nasabah dengan memberikan pelayanan secara langsung.
- d. Mempermudah nasabah atau calon nasabah terhadap produk bank syariah yang ditawarkan atau dipasarkan dengan cara memberikan penjelasan dan menjawab pertanyaan dari nasabah atau calon nasabah. Hal ini karena pihak BTN Syariah langsung berhadapan dengan nasabah atau calon nasabah dalam menawarkan atau mengenalkan produk KPR Syariah Bersubsidi, sehingga nasabah dapat bertanya lebih jelas atau detail mengenai produk yang ditawarkan oleh pihak bank dan dapat mengetahui produk yang ingin dipilihnya.
- e. Mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah atau calon nasabah serta mengetahui keadaan persaingan pasar. Dengan terjun langsung kelapangan untuk menawarkan dan mengenalkan produk KPR Syariah Bersubsidi, maka pihak BTN Syariah dapat mengetahui

- pangsa pasar atau kondisi pasar, persaingan pasar, kebutuhan dan keinginan masyarakat serta minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.
- f. Memperluas pangsa pasar atau menambah jumlah nasabah. Dengan melakukan strategi pemasaran jemput bola secara langsung, maka dapat memperluas pangsa pasar karena pihak bank atau karyawan dapat mengetahui kebutuhan nasabah, minat nasabah dan peluang menambah nasabah baru.
 - g. Menarik minat nasabah atau calon nasabah agar menabung maupun memilih dan menggunakan produk bank syariah yang ditawarkan. Dengan melakukan strategi pemasaran jemput bola secara langsung, maka produk dan jasa yang ditawarkan oleh pihak bank dapat diketahui oleh masyarakat atau calon nasabah secara langsung serta dapat menarik minatnya untuk memilih atau menggunakan produk yang ditawarkan. Untuk mendapatkan produk KPR Syariah Bersubsidi seorang nasabah harus memiliki tabungan dari bank syariah yang menawarkan produk KPR tersebut, sehingga memilih produk KPR akan menambah nasabah baru pada produk tabungan.

Menurut M. Riska Lazuardi menyatakan bahwa kendala dari penerapan strategi pemasaran jemput bola dalam memasarkan produk Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi adalah cuaca hujan, acara atau event yang dibuat atau diadakan oleh pihak panitia kurang menarik, karyawan harus memiliki fisik dan tenaga yang kuat, nasabah yang masih belum paham total tentang KPR Syariah hingga akad-akadnya,

nasabah yang memaksa untuk mendapatkan rumah subsidi padahal tidak bisa karena riwayatnya dipembiayaan tidak baik atau buruk, adanya risiko menerima uang palsu dilapangan dan developer yang tidak jujur atau nakal dalam menggarap atau membuat proyek perumahan. Hal ini sependapat dengan teori yang dikemukakan oleh (Abdullah, 2014, hal. 228) menjelaskan bahwa kelemahan dari pemasaran jempot bola antara lain, yaitu :

- 1) Adanya selisih data jumlah rekening yang dimiliki anggota di buku dengan data yang dimiliki teller di data komputer akibat kesalahan penghitungan jumlah atau kesalahan penulisan angka sehingga merubah data yang ada menjadikannya tidak *balance* dan menimbulkan kemungkinan adanya kerugian oleh salah satu pihak. Untuk mengatasi kendala ini pihak bank atau karyawan dilapangan akan mencatat data yang didapatkan dilapangan dan diverifikasi di kantor atau di bank agar terhindar dari data yang salah atau selisih.
- 2) Kurangnya jumlah uang yang disetor oleh petugas marketing akibat tidak menghitung uang yang diberikan oleh anggota dikarenakan uang yang disetor merupakan uang koin yang jumlahnya cukup banyak sehingga menghabiskan waktu jika dihitung di tempat. Untuk mengatasi kendala ini pihak bank atau karyawan dilapangan akan menerima uang setoran atau pembayaran melalui *mobile banking* atau transaksi non tunai agar uang tidak selisih, kurang maupun lebih.
- 3) Lemahnya antisipasi terhadap adanya uang palsu yang beredar

dimasyarakat karena petugas *marketing* tidak dibekali dengan alat pengecek keaslian uang. Untuk mengatasi kendala ini pihak bank atau karyawan dilapangan akan menerima uang setoran atau pembayaran melalui *mobile banking* atau transaksi non tunai agar terhindar dari uang rusak, uang palsu dan tidak ribet menyediakan uang kembalian.

- 4) Mengeluarkan energi atau tenaga yang banyak dalam memberikan penawaran dan pelayanan kepada semua nasabah maupun calon nasabah. Untuk mengatasi kendala ini pihak bank atau karyawan dilapangan akan bergantian turun kelapangan atau membuat jadwal.