

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Tentang Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani**

##### **1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani**

Pada tanggal 19 Desember 2007, Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang mengendalikan Bank Jasa Arta mendirikan BRI Syariah. Pada tanggal 16 Oktober 2008, Bank Indonesia memberikan ijin melalui surat No. PT. 10/76/KEP.GBI/2008 Pada tanggal 17 November 2008, Bank BRISyariah secara resmi mulai menyelenggarakan perbankan syariah. sebelum terlibat dalam aktivitas bisnis perbankan yang khas.

Akta Pemisahan Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk telah memperkuat operasional bisnis BRI Syariah. bergabung dengan PT Bank BRISyariah pada tanggal 19 Desember 2008, dan menandatangani nilai strategis sebagai bentuk dukungan yang tulus terhadap kegiatan Operasional Bank BRISyariah pada tanggal 1 Januari 2009.

Kehadiran BRI Syariah juga telah meramaikan pasar perbankan syariah di Indonesia dengan menyediakan layanan perbankan syariah di Indonesia dengan konsep ritel kontemporer yang menawarkan berbagai layanan keuangan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan membantu menciptakan kehidupan yang lebih bermakna. Kehadiran BRI Syariah dengan cepat diterima masyarakat berkat antusiasmenya yang meliputi

berbagai produk menarik yang mengedepankan prinsip syariah serta didukung dengan pelayanan prima.

Dari sisi aset, BRI Syariah merupakan bank syariah terbesar ketiga di Indonesia. Dan baru beroperasi kurang lebih empat tahun. Meskipun demikian, kinerja bank terus membaik. Dengan dimulainya kinerja dengan PT, ada banyak ruang untuk pertumbuhan. Menggunakan PT, Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Sebagai kantor administrasi syariah untuk peningkatan bisnis, Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk akan fokus pada penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen dengan tetap berlandaskan prinsip syariah.

BRI Syariah kini semakin siap bersaing dengan memperluas jaringan, menyiapkan sumber daya manusia yang tangguh, serta didukung sistem teknologi informasi yang handal untuk memberikan kemudahan akses, menguasai pasar, dan menjadi pemenang setelah melalui berbagai fase pertumbuhan dan perkembangan. sejak 2008.

Latar belakang pendidikan dan profesi SDM BRI Syariah sangat bervariasi. Sejak awal tahun hingga tahun keempat Operasional BRI Syariah, telah dilakukan upaya yang signifikan dan berkesinambungan untuk mengkonsolidasikan seluruh level sumber daya yang digunakan saat ini. Melalui berbagai metode dan pendekatan, diambil langkah-langkah untuk menyatukan visi dan misi serta menanamkan tujuh nilai inti budaya perusahaan. Semua bagian bisnis berusaha untuk memberikan kontribusi terbaik untuk proses ini karena merupakan komponen penting dari strategi dan kebijakan pasar perusahaan untuk mendongkrak kinerja dan nilai.

Terdapat tujuh nilai budaya, antara lain: Kebijakan dan tindakan operasional setiap bank sehari-hari berpedoman pada nilai-nilai profesionalisme, semangat, penghargaan terhadap sumber daya manusia, amanah, integritas, orientasi bisnis, dan kepuasan nasabah (PASTI OKE). Sumber daya manusia BRISyariah tidak hanya harus kompeten, tetapi juga harus memiliki integritas dan akhlak serta pentingnya perilaku yang baik sebagai landasan utama untuk sukses.

Dalam rangka membantu operasional bisnis, BRI Syariah terus melakukan rekrutmen SDM untuk kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas, dan unit Mikro Syariah.

“Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk hidup lebih bermakna” adalah visi yang dimiliki Bank BRISyariah untuk dirinya sendiri. Selain itu, Bank BRI Syariah memiliki beberapa tujuan, beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Kenali keragaman setiap orang dan penuhi persyaratan keuangan yang berbeda-beda dari setiap pelanggan.
- b. penyediaan barang dan jasa yang sesuai dengan hukum syariah mendorong perilaku moral.
- c. menyediakan cara akses yang paling nyaman kapan saja dan dari lokasi mana saja.
- d. serta memfasilitasi peningkatan kualitas hidup setiap individu dan membawa ketenangan pikiran mereka.

Dalam rangka menjabarkan visi dan misi Pasti Oke, Budaya kerja di

Bank BRI Syariah terdiri dari tujuh nilai inti dan 49 perilaku utama. Salah satu lokasi Bank BRI Syariah di Jl adalah Kantor Cabang Pembantu Bank BRI Syariah Banjarbaru. A.Km. 33,5 Yani No. 03 Banjarbaru, perusahaan yang telah berdiri sejak 11 November 2008

Sebelum merger, BRI Syariah adalah bank syariah Indonesia. Di Banjarbaru sendiri, BRI Syariah dimulai pada tahun 2009 sebelum beralih ke BSI. BSI baru berumur 1 tahun. Jika Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah digabung menjadi BSI. Kalau disini dulu sebelumnya adalah BRI syariah. (Munawar Jali)

## **2. Visi dan Misi**

### **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 asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

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

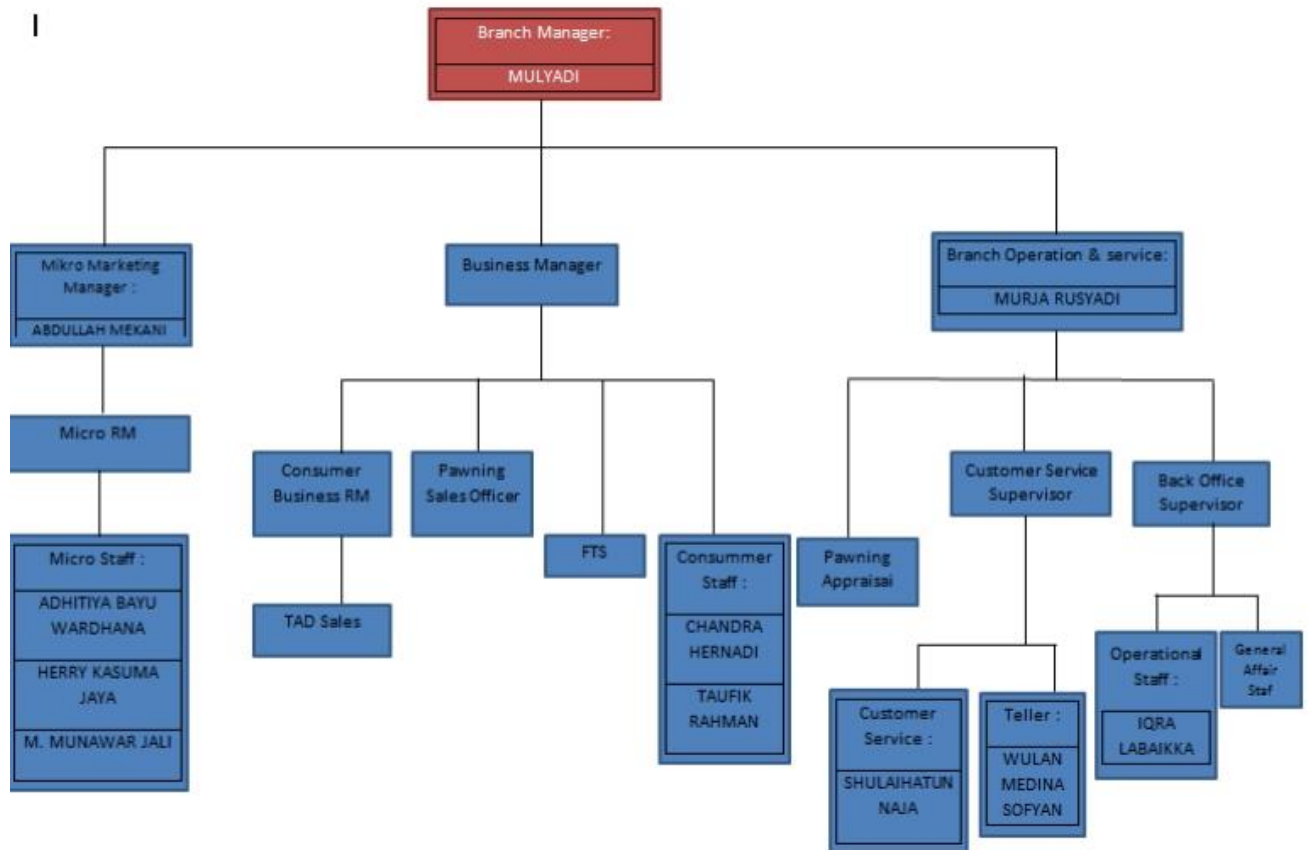
- Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

3) Menjadikan 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. Struktur organisasi BSI KCP Banjarbaru A Yani Tahun 2022



Sumber: PT. Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Banjarbaru 2022

#### 4.2 Gambar Struktur organisasi BSI KCP Banjarbaru A Yani Tahun 2022

Berikut adalah penjelasan mengenai uraian jabatan Berdasarkan struktur organisasi, Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani di atas:

##### a. Branch Manager

Tugas:

- 1) Memimpin upaya pemasaran di kantor cabang;
- 2) Mengawasi dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan operasional perusahaan (dalam lingkup kantor cabang);

- 3) Memantau prosedur operasional manajemen risiko;
- 4) Mengembangkan kegiatan operasional.

b. Branch Operations and Service Manager:

Sebelum dilaporkan ke Branch Manager, dilakukan verifikasi seluruh data aktivitas operasional dan persetujuan administrasi seluruh transaksi banking hall. Beberapa unit kerja diawasi oleh Branch Operations and Service Manager, antara lain:

- 1) Membuka dan menutup rekening, menjelaskan produk kepada pelanggan, dan memasukkan dokumen pelanggan ke dalam sistem adalah tanggung jawab layanan pelanggan.
- 2) Di ATM Bank Syariah Mandiri, teller bertugas melayani transaksi tunai dan nontunai serta memasukkan uang.
- 3) Keuangan bank dikelola dan pengeluaran yang diperlukan ditanggung oleh Staf Pendukung Umum. Beberapa unit kerja dibawah oleh General Support Staff, antara lain:
  - a) supir,
  - b) office boy, dan
  - c) satpam

c. Mikro Marketing Manager

Manajer Pemasaran Mikro: Bertanggung jawab atas program SDM dan pemasaran mikro, keduanya merupakan bawahan dari sudut pandang bisnis dan administrasi.

d. *Customer Service (CS)*

- 1) Melayani nasabah, memberikan informasi produk dan layanan, serta

melakukan transaksi operasional sesuai dengan kewenangannya, instruksi pelanggan, serta kebijakan dan aturan yang telah ditetapkan merupakan bagian dari customer service (CS).

- 2) sebagai petugas yang berkoordinasi dengan pihak terkait untuk menyelesaikan keluhan pelanggan dan menanganinya.
- 3) menjaga dan memperhatikan kebersihan tempat kerja, khususnya ruang tunggu pelanggan, area brosur, dan banking hall.
- 4) Pahami item dan administrasi yang diberikan terkait dengan tugas administrasi Client Support (CS).
- 5) Untuk menerapkan pedoman dan kebijakan yang berlaku pada setiap layanan operasional front office di Kantor Cabang Pembantu, Anda harus mengikuti petunjuk yang diberikan oleh supervisor Branch Operation dan aktif bekerja sama dengan karyawan lainnya.

*e. Teller*

- 1) Petugas teller bertugas memproses transaksi operasional baik tunai maupun nontunai sesuai dengan instruksi dan kebijakan nasabah..
- 2) Menjaga dan memperhatikan kebersihan tempat kerja, khususnya kondisi counter teller dan bendahara.
- 3) Mempelajari dan memahami tentang produk dan layanan terkait operasi teller.
- 4) Melakukan dan bertanggung jawab pada Kegiatan Cabang dalam menjalankan strategi dan keputusan yang berlaku untuk setiap bantuan kerja.

#### **4. Nilai-Nilai Perusahaan Bank Syariah Indonesia**

Untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah Bank Syariah Indonesia memegang teguh pada nilai-nilai perusahaan yang sering disebut sebagai “AKHLAK”

Nilai-Nilai Perusahaan Bank Syariah Indonesia Bank Syariah Indonesia menganut nilai-nilai perusahaan yang dikenal sebagai "AKHLAK" untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabah.

1. Amanah Artinya Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga moneter harus memiliki pilihan untuk menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh nasabah.
2. Kompeten. Bank Syariah Indonesia harus terus belajar dan meningkatkan kemampuannya agar dinilai kompeten.
3. Harmonis. Hal ini menuntut agar bank mampu menunjukkan sikap saling peduli dan menghargai perbedaan manusia.
4. Loyal. Bank yang loyal harus senantiasa mengutamakan kepentingan bangsa dan negara serta berdedikasi dalam segala hal.
5. Adaptif. Sebagai bank, beradaptasi berarti mampu terus memunculkan ide-ide baru dan bersemangat sehingga mampu mengikuti perubahan masyarakat.
6. Kolaboratif. Di sini yang dimaksud dengan “kolaboratif” adalah bank harus selalu mengembangkan kemitraan yang sinergis dengan mitra.

#### **5. Produk Dan Jasa Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa produk antara lain produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana, dan layanan bank lainnya



seperti:

a. Produk Tabungan

- 1) Tabungan BSI Easy Wadiah. Produk tabungan dengan akad wadiah dimana nasabah menyerahkan uangnya kepada bank..
- 2) Tabungan Mudharabah dari BSI Produk ini menggunakan akad mudharabah, dimana nasabah sebagai pemilik dana dan bank sebagai pengelola dana akan berbagi keuntungan.
- 3) Tabungan Haji Indonesia dari BSI. Nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji dan umrah biasanya membeli produk
- 4) Tabungan Haji BSI Muda Indonesia ini. Nasabah yang ingin mempersiapkan ibadah haji dan umrah dan berusia di bawah 17 tahun biasanya memenuhi syarat untuk produk tabungan ini. memanfaatkan akad Mutlaqah Mudharabah.
- 5) Tabungan Junior di BSI. Sebagian besar pelanggan yang merupakan pelajar atau anak-anak di bawah usia 17 tahunlah yang membeli produk ini. Mereka mungkin belajar menabung sejak usia dini dengan bantuan tabungan ini.
- 6) Saving Plan di BSI. Produk ini biasanya sangat diminati oleh pasar individu untuk melakukan perencanaan keuangan dengan sistem auto debit bulanan selama satu sampai dua puluh tahun. Akad mudharabah mutlaqah memperkuat tabungan ini.
- 7) Tabunganku di BSI. Dengan menggunakan akad wadiah yad dhamanah, simpanan ini diperuntukkan bagi nasabah perorangan dengan simpanan sebesar 25.000 atau lebih.

- 8) Tabungan BSI untuk Pelajar Mahasiswa baik di perguruan tinggi negeri maupun swasta yang bekerja sama dengan bank akan mendapatkan manfaat dari tabungan ini. Akad wadiah digunakan dalam tabungan ini.
  - 9) Tabungan Pensiun di BSI. Nasabah perorangan yang telah terdaftar pada lembaga pengelola dana pensiun yang telah bekerja sama dengan perbankan biasanya meminta simpanan ini. Akad Wadiah Yad Dhamanah digunakan dalam produk tabungan ini.
  - 10) Tabungan Gaji di BSI. Tabungan ini berasal dari tabungan wadiah/mudharabah untuk nasabah payroll dan migran.
- b. Produk giro dari BSI antara lain
- 1) Giro Wadiah Perorangan,
  - 2) Giro Mudharabah Umum BSI, dan
  - 3) Giro Mudharabah Khusus.
- c. Produk Dposito
- 1) BSI Deposito Rupiah,
  - 2) BSI Deposito Valuta Asing,
  - 3) Simpanan Ekspor Sumber Daya Alam,
- d. Produk Pembiayaan
- 1) BSI Auto juga tersedia. Ini adalah bentuk pembiayaan suku bunga tetap bulanan yang ditawarkan BSI untuk kepemilikan kendaraan bermotor dan mobil, baik baru maupun bekas.
  - 2) Mitraguna Berkah BSI merupakan produk pembiayaan tanpa tenggang yang melayani berbagai tujuan. dengan berbagai

keuntungan dan kemudahan bagi pegawai payroll Bank Syariah Indonesia.

3) Griya, BSI Bank Syariah Indonesia menawarkan produk ini sebagai pilihan pembiayaan pemilikan rumah dengan berbagai kebutuhan, antara lain:

- a) Untuk mengakuisisi baru, bekas, ruko, dan apartemen.
- b) Memperoleh tanah siap bangun.
- c) Untuk memperoleh tempat tinggal atau renovasi rumah.
- d) Untuk pembiayaan pengambilalihan atau pengambilalihan dari bank lain.
- e) Refinancing

4) BSI Multiguna Hasanah. Pelanggan biasanya menggunakannya sebagai opsi pembiayaan untuk memenuhi semua kebutuhan mereka dengan cara yang aman dan terjamin. Produk ini menyediakan fasilitas berikut untuk memenuhi persyaratan konsumsi:

- a) Untuk melakukan pembelian barang-barang seperti furniture, renovasi rumah, dan sebagainya.
- b) Untuk menutupi biaya jasa seperti perencana pernikahan, perawatan medis, pendidikan, layanan yang disediakan oleh agen perjalanan, dan sebagainya.
- c) Pengalihan utang yang digunakan untuk pembiayaan secara konsisten kepada lembaga keuangan lain dengan underlying asset

5) BSI KPR Sejahtera. Produk ini merupakan pilihan pembiayaan konsumtif syariah untuk perumahan bersubsidi pemerintah.

- 6) BSI Kur Kecil Dengan nilai maksimal Rp50 juta hingga Rp500 juta, produk ini merupakan pilihan pembiayaan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi.
  - 7) BSI Pensiun Berkah . Biasanya jenis pembiayaan ini ditujukan untuk penerima pensiun bulanan, seperti:
    - a) Pensiunan ASN atau PNS dan pensiunan janda dari kelompok ASN atau PNS yang telah menerima surat keputusan pensiun tetapi belum memasuki masa pensiun TMT termasuk dalam kelompok ini.
    - b) Kelompok pensiunan BUMN dan BUMD
  - 8) BSI Cash Collateral Produk pembiayaan yang dijamin dengan agunan likuid, seperti simpanan dalam bentuk deposito berjangka, gito, dan tabungan.
  - 9) Umrah di BSI. Merupakan pilihan pembiayaan konsumtif untuk pembelian paket umroh dari bank yang telah bermitra dengan travel agent yang sesuai syariah.
- e. Emas
- 1) BSI Gadai Emas. Produk ini merupakan produk di Bank Syariah Indonesia yang dapat membantu nasabah yang mempunyai kebutuhan mendesak atau perlu untuk mendapatkan uang dengan cepat bisa dilakukan dengan cara menggadaikan emas baik itu berupa bank dengan perhiasan atau logam mulia yang dimilikinya. Pelanggan diberi waktu empat bulan untuk mengembalikan dana yang disediakan bank, tetapi perjanjian memungkinkan perpanjangan

jangka waktu setelah itu..

- 2) BSI Cicil Emas. Produk ini merupakan produk di Bank Syariah Indonesia yang dapat membantu nasabah untuk Akad murabahah digunakan untuk mengalihkan kepemilikan emas ini, dan akad gadai (rahn) digunakan untuk mengikat agunan.

f. Jasa-Jasa Bank Syariah Indonesia

- 1) Sebuah fasilitas yang berbentuk kartu sebagai kartu yang sering digunakan nasabah untuk melakukan penukaran di mesin ATM atau mesin pulsa. Dengan adanya kantor ini, dapat memberikan kenyamanan bagi nasabah untuk menyisihkan tarik tunai dan penukaran cicilan di seluruh ATM BSI, ATM Mandiri, ATM Bersama, dan ATM Prima.
- 2) Mobile BSI Nasabah Bank Syariah Indonesia memiliki akses layanan mobile banking yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi, beribadah, dan menggunakan fitur-fitur lain yang disediakan aplikasi. Pelanggan memiliki akses 24 jam ke fasilitas BSI Mobile yang dapat diakses dari mana saja dengan koneksi internet menggunakan ponsel.
- 3) BSI QRIS. Fasilitas ini bisa menjadi salah satu solusi untuk nasabah dalam melakukan Pelanggan dapat menggunakan fasilitas ini untuk membuat pembayaran digital menjadi lebih sederhana, cepat, dan aman. Scan kode QR yang tersedia untuk melakukan pembayaran menggunakan QRIS.
- 4) BSI Aisyah. Fasilitas yang disediakan berupa asisten interaktif yang ada di Bank Syariah Indonesia yang dapat membantu nasabah

menjawab pertanyaan-pertanyaan seputas produk BSI dan informasi lainnya.

- 5) BSI Merchant Business merupakan sebuah layanan EDC disediakan oleh Bank Syariah Indonesia bagi nasabah bisnis untuk memudahkan nasabahnya menggunakan kartu debit ATM untuk membayar barang dan jasa.

## **B. Penyajian Data**

Penyajian Data Informasi yang disajikan dalam penelitian ini berasal dari wawancara langsung dengan bagian pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani. Wawancara dilakukan di Jalan Jendral Ahmad Yani KM.33,5 No.31, Guntung Payung, Kec, kantor Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani. Kota Banjar Baru, Kalimantan Selatan, 70712, Landasan Ulin Uraian singkat diberikan kepada peneliti agar dapat memberikan gambaran yang sesuai dengan tujuan penelitian ini. sehingga penelitian ini dapat dibahas secara lebih terarah. Identitas orang yang memberikan data kepada peneliti, khususnya:

1. Nama : M. Munawar Jali

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : Micro Staff

Pendidikan : S1

2. Nama : Herry Kasuma Jaya

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : Micro Staff

Pendidikan : S1

### **1. Prosedur Pembiayaan *Murabahah***

Tata Cara Pembiayaan Murabahah Akad pembiayaan murabahah adalah akad jual beli dimana barang dibeli dengan harga semula dengan tambahan keuntungan yang disepakati kedua belah pihak. Salah satu produk yang ditawarkan untuk membantu masyarakat mengembangkan usaha adalah pembiayaan. Pada Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani, “pembiayaan murabahah” tujuan pembiayaan adalah produk. Sesuai dengan perjanjian, pelanggan harus membayar barang secara mencicil, dan bank harus menyediakannya.

Pada wawancara hari Kamis, 04 Agustus 2022 bapak M. Munawar Jali menjelaskan :

Jadi sasaran kita itu biasanya pedagang, untuk strategi pengembangan murabahah misal pedagang di Banjarbaru ataupun Martapura. Jika usahanya sudah jalan 2 tahun itu bisa dibiayai. Murabahah sistemnya jual beli jadi ada barang yang di akadkan. Tapi karena di awal nasabah belum mencari barangnya. Kalo misalnya pembiayaan di syariah itu harus ada barang yang jelas di perjual belikan. Makanya kita minta dengan nasabah daftar rencana pembelian. Misal nasabah itu usahanya sembako, jadi misal keperluannya 50 juta untuk keperluan membeli sembako tersebut. Kita minta daftar list dari nasabah pembelian apa aja yang diperlukan sebesar 50 juta itu tadi. Dari list itu nanti bank yang mengakadkan pada saat dana cair dari bank 50 juta tadi. Dana yang 50 juta tadi diwakilkan ke nasabah untuk mencari sendiri

barangnya. Kita jual lagi kenasabah misalkan dalam jangka waktu berapa tahun . misal dalam jangka waktu 3 tahun . 3 tahun itu seumpama bank ambil keuntungan berapa persen misal aja dalam 3 tahun bank ambil keuntungan 3 juta, otomatis harga barang yang 50 juta tadi sama keuntungan bank jadi 53 juta. Disitulah ada akad perjanjian wakalah jual beli perwakilan nasabah dengan bank Nasabah dan bank telah mencapai kesepakatan. Terutama bank dan nasabah sepakat di situ ada transaksi murabahah pembelian barang sebesar 50 juta rupiah bank ambil keuntungan selama 3 tahun 3 juta rupiah. Jadi harga barang itu menjadi 53 juta rupiah. Nanti dibagi sesuai jangka waktu misalkan angsurannya cara menyicilkan selama 3 tahun angsuran red nya berapa sebulannya.

## **2. Strategi Pengembangan Produk Murabahah**

### **a. Strategi Produk**

Strategi Produk Pembiayaan Murabahah merupakan produk yang sangat diinginkan nasabah. Pasalnya, produk ini memiliki sejumlah keunggulan, seperti bisa take over dari bank lain dan cicilan tetap. Perusahaan dapat secara agresif menekankan keunggulan produk ini kepada pelanggan potensial untuk mendorong pertumbuhannya. Salah satu manfaat yang dimiliki oleh item pembiayaan murabahah ini adalah dapat memberikan support kepada nasabah yang terencana dengan baik (harus terlihat dari gaji nasabah dan biaya nasabah setiap bulannya). Dua kemudahan produk pembiayaan murabahah ini adalah keunggulan yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan dan menarik minat konsumen.



Untuk memaksimalkan pertumbuhan produk pembiayaan murabahah dan menarik sebanyak mungkin nasabah potensial, bank harus gencar mempromosikan keunggulan dan kekurangan produk ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapa M. Munawir Jali dalam strategi produk Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani menawarkan lebih banyak produk yang paling diminati oleh nasabah atau anggota, khususnya produk murabahah, sekaligus menawarkan lebih banyak produk yang paling diminati oleh semua lapisan masyarakat, termasuk kalangan menengah ke bawah, tanpa memandang usia atau pekerjaan. Penarikan produk murabahah lebih fleksibel, ada bagi hasil dan tidak ada biaya administrasi bulanan, dan dapat dilakukan kapan saja selama jam kerja yang ditentukan.

#### b. Strategi Harga

Strategi harga di sini berhubungan dengan yang belum ditetapkan oleh organisasi. Selain itu, strategi pemasaran yang agresif dapat dikembangkan dengan menggunakan margin.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapa M. Munawir Jali dalam strategi harga pada Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani. Misal keperluannya 50 juta untuk keperluan membeli sembako tersebut. nah jadi kita minta daftar list dari nasabah pembelian apa aja yang diperlukan sebesar 50 juta itu tadi. Nah dari list itu nanti bank yang mengakadkan pada saat dana cair dari bank 50 juta tadi. Dana yang 50 juta tadi diwakilkan kenasabah untuk

mencari sendiri barangnya. Kita jual lagi kenasabah misalkan dalam jangka waktu berapa tahun . misal dalam jangka waktu 3 tahun . 3 tahun itu seumpama bank ambil keuntungan berapa persen misal aja dalam 3 tahun bank ambil keuntungan 3 juta, jadi otomatis harga barang yang 50 juta tadi sama keuntungan bank jadi 53 juta. Nah disitu Nasabah dan bank telah mencapai kesepakatan. Yaitu pihak bank dan nasabah sepakat di situ ada transaksi murabahah pembelian barang sebesar 50 juta rupiah bank ambil keuntungan selama 3 tahun 3 juta rupiah. Jadi harga barang itu menjadi 53 juta rupiah. Nanti dibagi sesuai jangka waktu misalkan angsurannya cara menyicilkan selama 3 tahun angsuran red nya berapa sebulannya.

c. Strategi Tempat

Salah satu kebijakan yang sangat krusial untuk percepatan perluasan produk pembiayaan murabahah adalah pemilihan lokasi kantor. Syarat-syarat yang perlu dipenuhi untuk meningkatkan pertumbuhan produk secara agresif antara lain lokasi strategis yang fokus pada pelanggan, dekat dengan pusat perbelanjaan, transportasi mudah, dekat dengan lokasi bisnis lain, beberapa fasilitas penunjang seperti listrik dan line telepon, tempat parkir yang memadai. , dan sistem keamanan yang ketat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapa Herry Kusuma Jaya dalam hal strategi tempat /distribusi, Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani sudah mampu menjalankan lebih baik. Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani Perusahaan tersebut

dapat ditemukan di Jalan Jendral Ahmad Yani KM.33.5 No.31, Guntung Payung, Kec, yang berada di lokasi yang sangat penting. Landas pacu 70712 Ulin di Banjar Baru, Kalimantan Selatan. Dan penyaluran (distribusi) Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani mendistribusikan ke pada para pedagang, sarana dan prasarana yang memadai agar anggota dan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani dapat dengan mudah melakukan kegiatan terkait Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani

d. Strategi Promosi

Menggunakan salah satu aspek pemasaran, promosi, strategi promosi memaksimalkan produk, bisnis, dan lembaga keuangan. Bank dapat menyebarkan informasi tentang produknya melalui promosi untuk mendorong penerimaan dan loyalitas nasabah. Strategi promosi yang digunakan mungkin terlihat seperti ini: periklanan, penjualan pribadi, penjualan promosi, dll..

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapa Herry Kusuma Jaya Dalam promosinya, Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani Kantor Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani yang berada di pinggir jalan besar atau dekat keramaian menjadikan strategi yang telah ditetapkan telah memberikan upaya yang maksimal yaitu dengan terus meningkatkan sumber daya manusia. Yang terpenting adalah dari segi pelayanan, dimana Teller melayani mereka; pemasaran, yaitu memberikan kepada calon anggota atau pelanggan; membuat brosur untuk diberikan kepada calon anggota

atau nasabah; membuat kalender; membuat pamflet yang baik secara akurat Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani sangat efisien.

e. Jemput Bola

Menggunakan metode penjemputan bola dimana petugas atau karyawan mendatangi nasabah di rumah atau tempat usahanya secara langsung. karena petugas dapat lebih tepat sasaran dan menjelaskan produk Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani kepada calon nasabah. Selain itu, Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani biasanya melakukan pemasaran di lokasi yang dekat dengan pasar untuk menjangkau lebih banyak pelaku pasar dan meningkatkan produktivitas mereka. Dengan metodologi yang mendalam ini lebih mendekati atau lebih condong kepada orang yang terencana dan lebih mudah untuk membina barang yang ditawarkan, maksudnya agar orang yang dekat dengan mudah memahami barang yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani.

Cara jemput bola ini sangat efektif, menurut temuan wawancara dengan bapa M. Munawir Jali. Hal ini memudahkan anggota dan nasabah dalam mengikuti kegiatan di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani. Misalnya pada kasus Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani disebutkan bahwa nasabah atau masyarakat umum harus terlebih dahulu datang ke bank untuk menabung; namun masyarakat pasar tidak mau

menabung di bank atau tidak meminta uang; namun, mungkin ada kendala, seperti rasa malu atau canggung, dan jumlah uang yang menghalangi mereka untuk menabung meski hanya sejumlah kecil Rp. hingga Rp 10.000 20.000,-. Hal ini dikarenakan tipikal anggota dan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani adalah kalangan menengah ke bawah. Alhasil, Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani mengembangkan sistem jemput bola untuk meringankan rasa malu dan canggung masyarakat pasar.

Sebagai lembaga keuangan yang saat ini telah berdiri, Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani tentunya membutuhkan sosialisasi dan sosialisasi yang lebih baik di mata masyarakat. Faktor yang paling penting dalam menentukan tingkat keberhasilan lembaga adalah keterlibatan manajer dalam pengembangan produk. Prosedur dengan sistem ball get ini sangat ampuh, karena sistem ini dapat dikatakan efektif dengan asumsi telah menyelesaikan poin-poin perbaikan produk di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani pada awal pengerjaannya.

f. Service (Pelayanan)

Layanan Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani mengembangkan produknya dalam hal pelayanan dengan menggunakan pendekatan anggota. Artinya mendekati anggota yang sudah menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani dengan cara yang baik dan ramah serta penuh kesopanan. Dengan demikian, ketika anggota atau nasabah mendapatkan

pelayanan yang baik, mereka akan merasa nyaman dan secara tidak langsung akan mempromosikan atau memberitahukan kepada anggota atau calon anggota lain yang belum menjadi nasabah bahwa layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A

g. Targeting

Penargetan pasar melibatkan pemilihan satu atau lebih segmen untuk ditargetkan dan menilai daya tarik mereka. Bisnis perlu fokus pada daya tarik segmen pasar di mana mereka memiliki peluang terbaik untuk mempertahankan pelanggan dan menghasilkan nilai terbaik bagi mereka.

Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani mempunyai Tujuan meningkat setiap tahunnya, dengan melakukan evaluasi terhadap seluruh kegiatan yang dilakukan mulai dari evaluasi, agar nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani, berdasarkan temuan wawancara dengan micro staff Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani. Semakin besar tingkat kemajuan, semakin banyak pelanggan yang akan ada.

h. Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan promosi yang disponsori oleh Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani untuk menarik minat nasabah. Bakti sosial menjadi fokus kegiatan.

### **3. Kendala atau hambatan Pengembangan Strategi Produk**

#### **Murabahah**

Abedifar, Molyneux dan Tarazi (2012), Bank Syariah mungkin memiliki risiko pembiayaan yang lebih rendah dibandingkan dengan bank konvensional karena religiusitas klien yang meningkatkan loyalitas dan mengurangi gagal bayar karena hubungan khusus mereka dengan nasabah mereka. (hlm. 51)

Berbeda dengan bank konvensional yang produknya dikembangkan sesuai dengan karakteristik dan karakteristik produk syariah yang berbeda satu sama lain, produk bank syariah harus dikembangkan sesuai dengan paradigma tersebut. Mengikuti karakter dan sifat, faktor kedua adalah risiko dan durasi. Produk Murabahah, misalnya, menggambarkan jual beli barang. Pelanggan adalah pembeli, dan bank adalah penjual. Bank mungkin meminta jaminan tambahan selain barang dagangan yang dibeli. Dalam hal pembiayaan konstruksi, produk ini sama sekali bukan miliknya. karena proyek yang tidak nyata harus diperdagangkan, bukan barang. Bank akan kesulitan merinci barang jika digabungkan dengan jual beli bahan bangunan seperti batu, pasir, semen, dan lain-lain. Ada hal-hal yang tidak bisa diperdagangkan, seperti tenaga kerja, dan Anda harus menggunakan produk lain, Ijarah (sewa), untuk mendapatkannya jika Anda memaksanya. Murabahah bukanlah kandidat yang baik untuk pembiayaan konstruksi jika hal ini terjadi. Beberapa di antaranya lebih baik, seperti Istisna, produk jual beli syariah di mana bank adalah pembeli barang yang akan dibangun atau diproduksi. Setelah kontraktor

dibayar secara bertahap, bank menjual proyek tersebut ke bohir.

Jika pandangan dunia ini tidak melekat, maka kecenderungan pemodal adalah membuat barang-barang yang lebih dekat dengan barang-barang tradisional. Alasannya jelas ukurannya, mudah dihitung, dan mudah dibandingkan. Contoh perbandingan produk keuangan dan perbankan dengan produk syariah disajikan pada Tabel 1.

a. *Syariah versus Undang-undang dan Peraturan*

Kontradiksi antara Syariah dan Perundang-Undangan Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bank syariah menghadapi kesulitan mengembangkan produknya karena inkonsistensi antara hukum syariah dan hukum positif. Konsekuensi dari memilih antara dua ekstrem berbeda. Karena adanya perbedaan antara hukum syariah dan perbankan, kendala implementasi produk syariah dalam produk perbankan ditunjukkan pada Tabel 2.

b. *Diversifikasi Produk*

Diversifikasi Produk: Ke arah mana bank syariah akan mengembangkan produk baru? Mengingat masyarakat muslim yang mayoritas kelas menengah ke bawah memiliki beberapa harapan sebelum berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1992, pertanyaan ini sering diajukan. Artinya, diharapkan bank ini akan menjadi bank pembangunan. terlepas dari kenyataan bahwa bank ini bersifat swasta dan, tentu saja, berfokus secara komersial. Oleh karena itu, produk perbankan syariah harus dikembangkan dalam dua arah ini, terlepas dari apa yang Anda rasakan.



Diversifikasi produk juga merupakan dampak dari kebutuhan masyarakat akan adanya bank syariah di daerahnya. Berdasarkan jangka waktu yang ditunjukkan pada Tabel 3.1, daerah seperti Sumatera dan Kalimantan yang menitikberatkan pada budidaya perkebunan dan kehutanan membutuhkan produk pembiayaan.

### Contoh Produk Syariah dan Keuangan

PRODUK SYARIAH	PRODUK PERBANKAN
<p>Jual Beli</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Murabahah : Jual beli untuk mendapatkan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli</li> <li>2. Musawamah : Jual beli dimana hanya penjual yang mengetahui keuntungan</li> <li>3. Tauliah: Jual beli tanpa penjual mendapatkan . komisi)</li> <li>4. Muwadhaah: Jual beli dengan diskon (harga lebih rendah) dari harga jual</li> <li>5. Mutlaq: menukar barang dengan uang</li> <li>6. Muqayadhah: Dagangan untuk barang</li> <li>7. Sarf: Pertukaran uang dengan uang</li> <li>8. Salam: Salam: Jual beli dimana harga dibayar terlebih dahulu baru barang diserahkan kemudian</li> <li>9. Istisna : Jual beli yang pada waktunya dapat dilunasi biayanya dan barang dibuat dan diserahkan belakangan</li> <li>0. Wafa : Jual beli disertai syarat syarat pembelian kembali</li> <li>1. Urbun : Jual beli yang diperoleh penjual kepemilikan jika uang muka tidak dilanjutkan</li> </ol>	<p>Pembiayaan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kredit Investasi</li> <li>2. Kredit Modal Kerja</li> <li>3. Kredit Konstruksi</li> </ol> <p>Pembangunan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kredit Usaha Kecil</li> <li>2. Kredit Usaha Tani</li> <li>3. Kredit untuk Koperasi</li> </ol> <p>Konsumsi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kredit pemilikan rumah</li> <li>2. Kredit pemilikan kendaraan</li> </ol>
<p>Bagi Untung/Bagi Hasil</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudharabah: Perkongsian pemodal (<i>sahibul mal</i>) dan pengelola (<i>mudharib</i>), keuntungan dibagi menurut porsi yang disepakati sebelumnya sedangkan jika usaha rugi ditanggung pemodal.</li> <li>2. Musyarakah: Perkongsian para pemodal, keuntungan dibagi menurut porsi yang disepakati sebelumnya, kerugian ditanggung bersama berdasarkan proporsi modal.</li> <li>3. Muzaraah: Perkongsian pemilik tanah pertanian dan</li> </ol>	<p>Kredit Ekspor</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Letter of Credit</li> <li>2. Garansi Bank</li> </ol> <p>Treasury</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Spot</li> <li>2. Forward</li> <li>3. Swap</li> <li>4. Option</li> </ol>

<p>pengelola, pembagian hasil menurut porsi yang disepakati sebelumnya.</p> <p>4. Musaqat: Perkongsian pemilik tanah perkebunan dan pengelola, pembagian menurut porsi yang disepakati sebelumnya.</p>	
<p>Jasa</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ijarah: Sewa menyewa</li> <li>2. Wadiah: Titipan</li> <li>3. Wakalah: Perwakilan</li> <li>4. Kafalah: Penjaminan</li> <li>5. Hiwalah: Anjak Piutang</li> <li>6. Ju'alah: Jasa khusus, sayembara</li> <li>7. Qardh: Pinjaman</li> <li>8. Rahn: Gadai</li> </ol>	<p>Simpanan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Giro</li> <li>2. Tabungan</li> <li>3. Deposito</li> </ol> <p>Jasa</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transfer</li> <li>2. Inkaso</li> <li>3. ATM</li> </ol>

Lebih lama karena, meski hasil perkebunan baru bisa dinikmati setelah lima tahun, mereka tidak mampu mengembalikan dana pembiayaan dalam waktu satu atau dua tahun. Akibatnya, produk syariah harus fokus pada produk investasi yang bisa diubah bank syariah menjadi instrumen pasar uang, antara lain untuk menjaga likuiditas. Sebaliknya, masyarakat lebih memilih jangka pendek, seperti dua tahun, di perkotaan. Oleh karena itu, pengembangan produk harus disertakan bersama ritel dan investasi.

Faktor lainnya adalah segmentasi berdasarkan jenis usaha. Tidak dapat disangkal perbedaan antara barang konsumsi dan barang untuk diperdagangkan. Produk untuk sektor distribusi tentu berbeda dengan produk untuk sektor modal produksi. Selain itu, item untuk ditambang bisa menjadi unik terkait dengan item untuk pengembangan. Tabel 3.2 menunjukkan, misalnya, betapa bingungnya bank syariah sejauh ini.

### **Contoh Kendala penerapan produk Syariah dalam perbankan**

<b>Produk Syariah</b>	<b>Hukum Syariah</b>	<b>Hukum Positif/ Perbankan</b>	<b>Kendala bagi bank syariah jika tetap berpegang kepada produk syariah</b>
Mudharabah Musyarakah	Dana (modal) tidak boleh dijamin	Dijamin (liabilitas, deposito/ tabungan)  Bank boleh meminta jaminan tergantung resiko (Asset)	Bank harus menanggung semua kewajiban  Tidak berbeda dengan bank konvensional
Murabahah	Bank menjual kepada nasabah  Tidak boleh diwakilkan kepada nasabah yang mengajukan pembiayaan untuk membeli barang.	Jika dilakukan jual beli harus ada akta jual beli  Harus ada bukti penerimaan uang oleh nasabah	Bank akan terkena pajak pembelian.  Tanda terima barang oleh nasabah tidak bisa dijadikan bukti.
Salam	Setelah dibayar, petani berhutang gabah yang akan diantar kemudian	Petani berhutang uang, harus mengembalikan uang	Resiko harga gabah yang fluktuatif akan merugikan bank
Istisna	Setelah dibayar (sebagian), penjual (Nasabah) berhutang barang yang akan diantar kemudian.	Penjual berhutang uang, harus mengembalikan uang	Jika barang itu pesanan bohir, bank beresiko tidak dibayar bila terdapat cacat pada barang.
Ijarah Muntahia Bittamlik	Syariah hanya mengenal Operating Lease.  Jika ada opsi beli, maka itu hanya mengikat bila diakadkan di akhir masa sewa (tidak boleh dua	Operating Lease adalah produk perusahaan jasa. Finance & Capital Lease adalah produk perusahaan keuangan	Bank sulit mengeluarkan nasabah yang menyewa dari rumahnya.  Merugikan salah satu pihak bila opsi tidak

	akad/kontrak dijadikan satu).	Opsi bersifat mengikat jika dimasukkan dalam perjanjian.	dilaksanakan.
--	-------------------------------	--	---------------

Mempraktekkan Murabahah, yaitu hukum syariah yang memperbolehkan jual beli barang satu kali. Murabahah menjadi bergulir sebagai hasilnya, suatu sifat yang hanya dimiliki Mudharabah dan Musyarakah.

Jika kategori produk berdasarkan risiko, itu juga berbeda. Produk untuk pengembangan masyarakat kelas menengah dan bawah agak lebih berisiko daripada untuk bisnis. Produk peningkatan kesejahteraan tersebut harus lugas, sederhana, dan mudah dipahami. Kesulitannya terletak pada penentuan produk syariah mana yang tepat mengingat target audiensnya bisa beragam. Misalnya untuk agribisnis (beras) barang Salam bisa dimanfaatkan. Namun, harus ada yang setara dengan pedagang asongan, toko kelontong, kerajinan tangan, dan usaha sejenis lainnya. Suka atau tidak suka, untuk menghasilkan produk terbaik dalam kategori ini, semua produk harus disimulasikan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapa Herry Kusuma Jaya Dalam menghadapi nasabah pembiayaan, praktisi bank syariah belajar membagi produk berdasarkan tingkat kepercayaan yang telah ditetapkan. Tidak seperti Mudharabah atau Musyarakah, nasabah baru jarang langsung menerima pembiayaan penuh kepercayaan.

Namun, layanan seperti Murabahah (atau Bai' Bithaman Ajil, sebagaimana BIMB menyebutnya), Salam, dan Istisna tersedia untuk pembelian dan penjualan. Karena bank dapat menerapkan semua prinsip perbankan tradisional pada produk ini, termasuk hutang, kewajiban cicilan, jangka waktu, tingkat harga, jaminan tambahan, dan lain sebagainya. Bank kemudian menawarkan produk yang lebih berisiko seperti Mudharabah ketika kepercayaan nasabah ditunjukkan melalui produk pembiayaan ini. Karena risiko dalam produk ini sepenuhnya ditanggung oleh bank, maka bank tidak dapat lagi membebankannya kepada nasabah.

*c. Penentuan Harga (Pricing)*

Bank Syariah mungkin memiliki risiko pembiayaan yang lebih rendah dibandingkan dengan bank konvensional karena religiusitas klien yang meningkatkan loyalitas dan mengurangi gagal bayar karena hubungan khusus mereka dengan nasabah mereka. (Abedifar, Molyneux & Tarazi, 2012, hlm. 51)

Penetapan harga, terutama dalam hal produk pembiayaan, telah memicu banyak perdebatan. Hal ini karena adanya faktor acuan (benchmark) sebagai korelasi. Padahal, para bankir tidak akan kesulitan sama sekali jika prinsip-prinsip perbankan syariah benar-benar diikuti.

Perdebatan berpusat pada besarnya keuntungan yang harus dibebankan kepada nasabah sebagai pendapatan bank. Bank dapat menetapkan tingkat keuntungan untuk jual beli produk seperti

Murabahah, Istisna, dan Salam seperti yang mereka lakukan di perbankan tradisional, seperti 12 persen. Pelanggan menerima harga jual ketika jumlah keuntungan ini ditambahkan ke harga pembelian. Namun, masalahnya tidak berakhir di situ. Pertanyaan tentang apakah tingkat laba adalah jumlah satu kali atau tahunan memicu diskusi. Harga jual tidak dapat dinyatakan dua kali dalam satu akad secara syariah. Hal ini menunjukkan bahwa jika nasabah dan bank menyepakati tingkat keuntungan 12% per tahun dari harga beli Rp 100 juta selama dua tahun menunjukkan bahwa satu akad pembiayaan mengandung dua harga. Harga jual bukan lagi harga beli ditambah 24% tetapi harga beli ditambah 30% jika nasabah telah melunasi utangnya sampai dengan 20 bulan tetapi menunggak dan tidak dapat melunasinya dalam waktu dua setengah tahun. Karena bank syariah menetapkan suku bunga dengan cara yang mirip dengan bank konvensional, mereka menjadi sasaran kritik keras dari beberapa individu.

*d. Sumber Daya Manusia*

Sumber Daya Manusia Masalah yang paling sulit baik dalam pengembangan produk maupun perbankan syariah secara keseluruhan adalah sumber daya manusia. Faktanya, masalah ini mempengaruhi bank syariah di seluruh dunia dan juga bank syariah lokal. Secara umum, pendidikan yang dijalankan pemerintah di dunia Islam mengikuti pola kolonialis yang memisahkan agama dari ilmu pengetahuan dan kehidupan duniawi. Akibatnya, lulusan

sekolah tersebut terampil dalam sains, tetapi hanya sedikit yang memahami masalah agama. Di sisi lain, pesantren tidak mengembangkan ilmu-ilmu 'aqli (rasio) sebagai wadah pengembangan ilmu-ilmu berbasis agama. Akibatnya, lulusan mahir dalam fiqh, ushul fiqh, hadits, dan mata pelajaran terkait lainnya tetapi lemah dalam ilmu alam seperti fisika, biologi, matematika, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapa Herry Kusuma Jaya. Hal yang sama terjadi dalam perbankan syariah. Ketika diminta mengembangkan suatu produk, biasanya terjadi perdebatan yang cukup panjang antara orang-orang yang berlatar belakang perbankan murni dengan yang berlatar belakang syariah. Jarang didapati dalam satu bank SDM yang memahami kedua ilmu dasar ini, apatah lagi tentang perbankan syariah yang relatif baru di Indonesia.

### **C. Analisis Data**

Persaingan bisnis di dunia keuangan saat ini semakin ketat. Produk yang dapat memberikan kepuasan pelanggan secara maksimal adalah produk yang akan diterima dan bertahan dalam persaingan pasar. Selain harga, bentuk, dan kualitas produk, kualitas pelayanan perusahaan menjadi salah satu faktor yang dapat menarik pelanggan untuk membeli.

Fandy Tjiptono (2017), Dalam bukunya menjelaskan bahwa jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka

dianggap baik atau positif; jika pelayanan melebihi apa yang diharapkan pelanggan, maka dianggap ideal. ; sebaliknya, jika pelayanan diberikan dengan cara yang lebih buruk dari yang diharapkan pelanggan, maka dianggap buruk. (hlm. 142-143) Pelayanan yang baik merupakan tanda penghormatan kepada pelanggan dan akan memberikan kesan bahwa mereka diperhatikan , sebagaimana Islam mengajarkan untuk saling menghormati, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Q.S An-Nisa: 86;

وَإِذَا حُيِّتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا

*“Dan apabila kamu dihormati dengan suatu (salam) penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik, atau balaslah (penghormatan itu, yang sepadan) dengannya. Sungguh, Allah memperhitungkan segala sesuatu”*

Dalam Islam, bisnis merupakan kegiatan yang memiliki hubungan baik dengan manusia maupun dengan Allah SWT. Akibatnya, harus dilakukan dengan nilai-nilai amal yang baik, baik itu kegiatan industri, ekonomi, bisnis, atau muamalah. Sebagaimana disebutkan, mengikuti akhlaq Islam sebagai landasan segala aktivitas akan mendatangkan keridhaan dan rahmat Allah SWT serta pahala atas perbuatan yang dilakukan. sebagaimana firman Allah SWT dalam Al Quran. Berikut surat Al-Kahfi ayat ke-30:

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ إِنَّا لَا نُضِيعُ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلًا

*“Sungguh, mereka yang beriman dan mengerjakan kebajikan, Kami benar-benar tidak akan menyia-nyiakan pahala orang yang mengerjakan perbuatan yang baik itu.”*



Pekerjaan yang paling utama, menurut Hadits, adalah usaha seseorang dan setiap transaksi yang dapat diterima.

Berdasarkan ayat di atas, dapat dilihat bahwa umat Islam harus melakukan tindakan amal untuk mendapatkan rahmat dan amal Allah SWT. Mirip dengan bagaimana strategi pengembangan diimplementasikan, kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan produk harus bertujuan untuk mencapai perbuatan baik sehingga prosesnya akan berdampak positif baik sekarang maupun di masa depan. Menurut etika bisnis Islam, semua tindakan dan aktivitas bisnis harus dilakukan sesuai dengan syariah Islam untuk mencapai kebaikan di dunia dan akhirat serta dapat menikmati kesenangan dan berkah Allah SWT.

Berdasarkan penelitian di lapangan, Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani Usaha menerapkan strategi pengembangan etika bisnis syariah sebagai berikut:

Ketika produk sudah siap dijual, persoalan lain yang muncul adalah strategi distribusi. Dispersi (peredaran) adalah suatu tindakan penyampaian barang kepada nasabah atau pembelanja dengan waktu yang tidak tepat, prosedur sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani Usaha disebarkan ke pedagang dan peternak ataupun petani.

Produk pembiayaan yang dijual oleh KCP Banjarbaru A Yani dari Bank Syariah Indonesia. Masyarakat sekitar Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani mendistribusikan usaha, seperti di pasar Martapura dan Banjarbaru. karena kesadaran bahwa penduduk lokal memiliki kebutuhan nyata akan produk dan pendanaan.

Berikut strategi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kualitas produk di kota Banjarbaru:

### 1. Strategi Produk

Strategi Produk Pembiayaan Murabahah merupakan produk yang sangat diinginkan nasabah. Hal ini karena item ini memiliki beberapa keuntungan, seperti porsi tetap dan kemampuan untuk mengambil alih dari bank lain. Perusahaan dapat secara agresif menekankan keunggulan produk ini kepada pelanggan potensial untuk mendorong pertumbuhannya. Produk pembiayaan murabahah ini memiliki keunggulan dapat memberikan pembiayaan kepada calon nasabah yang baik (dibuktikan dengan pendapatan dan pengeluaran bulanan nasabah). Dua kemudahan produk pembiayaan murabahah ini adalah keunggulan yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan dan menarik minat konsumen. Untuk memaksimalkan pertumbuhan produk pembiayaan murabahah dan menarik sebanyak mungkin nasabah potensial, bank harus gencar mempromosikan keunggulan dan kekurangan produk ini.

### 2. Strategi Penetapan Harga

Strategi Penetapan Harga Tingkat marjin perusahaan menjadi fokus dari strategi penetapan harga ini. Selain itu, strategi pemasaran yang agresif dapat dikembangkan dengan menggunakan margin.

### 3. Strategi Tempat

Salah satu kebijakan yang sangat krusial untuk percepatan perluasan produk pembiayaan murabahah adalah pemilihan lokasi kantor. Syarat-syarat yang perlu dipenuhi untuk meningkatkan pertumbuhan produk secara

agresif antara lain lokasi strategis yang fokus pada pelanggan, dekat dengan pusat perbelanjaan, transportasi mudah, dekat dengan lokasi bisnis lain, beberapa fasilitas penunjang seperti listrik dan line telepon, tempat parkir yang memadai, dan sistem keamanan yang ketat.

#### 4. Strategi Promosi

Menggunakan salah satu aspek pemasaran, promosi, untuk memaksimalkan produk, bisnis, dan lembaga keuangan Bank dapat menyebarkan informasi tentang produk mereka melalui promosi untuk mendorong penerimaan dan loyalitas pelanggan. Strategi promosi yang digunakan mungkin terlihat seperti ini: periklanan, penjualan pribadi, penjualan promosi, dll.

#### 5. Jemput Bola

Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani juga menggunakan sistem pengambilan bola, di mana pejabat atau perwakilan langsung pergi ke klien di rumah mereka atau di mana mereka melanjutkan pekerjaan. Karena pejabat lebih mudah beradaptasi dalam memahami dan fokus pada item Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani kepada klien yang akan datang. Selain itu, Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani biasanya melakukan pemasaran di lokasi yang dekat dengan pasar untuk menjangkau lebih banyak pelaku pasar dan meningkatkan produktivitas mereka. Dengan metodologi yang mendalam ini lebih mendekatkan atau lebih condong kepada orang yang terencana dan lebih mudah untuk membina barang-barang yang ditawarkan, maksudnya agar orang yang dekat dapat dengan mudah memahami barang-barang yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP

Banjarbaru A Yani.

#### 6. Service (Pelayanan)

Layanan Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani mengembangkan produknya dalam hal pelayanan dengan menggunakan pendekatan anggota. Artinya mendekati anggota yang sudah menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani dengan cara yang baik dan ramah serta penuh kesopanan. Dengan demikian, ketika anggota atau nasabah mendapatkan pelayanan yang baik, mereka akan merasa nyaman dan secara tidak langsung akan mempromosikan atau memberitahukan kepada anggota atau calon anggota lain yang belum menjadi nasabah bahwa layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani...

#### 7. Targeting

Penargetan pasar melibatkan pemilihan satu atau lebih segmen untuk ditargetkan dan menilai daya tarik mereka. Bisnis perlu fokus pada daya tarik segmen pasar di mana mereka memiliki peluang terbaik untuk mempertahankan pelanggan dan menghasilkan nilai terbaik bagi mereka.

#### 8. Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan promosi yang disponsori oleh Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru A Yani untuk menarik minat nasabah. Bakti sosial menjadi fokus kegiatan.

Kendala atau hambatan yang tampak pada item-item perbaikan bank syariah

#### 1. Syariah versus Peraturan dan Pedoman

Seperti yang telah disinggung sebelumnya, hambatan yang dihadapi oleh bank syariah dalam mengembangkan produknya antara lain adalah penyimpangan antara ketentuan syariah dan standar yang berlaku dalam peraturan tertentu. Memilih di antara dua batasan memiliki hasil tersendiri.

## 2. Diversifikasi Produk

Diversifikasi Produk: Ke arah mana bank syariah akan mengembangkan produk baru? Mengingat masyarakat muslim yang mayoritas kelas menengah ke bawah memiliki beberapa harapan sebelum berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1992, pertanyaan ini sering diajukan. Artinya, diharapkan bank ini akan menjadi bank pembangunan. Terlepas dari kenyataan bahwa situasi dengan bank ini adalah swasta yang jelas diatur secara ekonomis. Oleh karena itu, produk perbankan syariah harus dikembangkan dalam dua arah ini, terlepas dari apa yang Anda rasakan. Keingintahuan masyarakat akan adanya bank syariah di ruang mereka juga merupakan sumber perluasan barang.

## 3. Penentuan Harga (Pricing)

Penetapan harga, terutama dalam hal produk pembiayaan, telah memicu banyak perdebatan. Hal ini karena benchmark, atau faktor referensi, berfungsi sebagai pembanding. Padahal, para bankir tidak akan kesulitan sama sekali jika prinsip-prinsip perbankan syariah benar-benar diikuti.

## 4. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia Masalah yang paling sulit baik dalam pengembangan produk maupun perbankan syariah secara keseluruhan adalah sumber daya manusia. Faktanya, masalah ini mempengaruhi bank

syariah di seluruh dunia dan juga bank syariah lokal. Secara umum, pendidikan yang dijalankan pemerintah di dunia Islam mengikuti pola kolonialis yang memisahkan agama dari ilmu pengetahuan dan kehidupan duniawi. Akibatnya, lulusan sekolah tersebut terampil dalam sains, tetapi hanya sedikit yang memahami masalah agama. Di sisi lain, pesantren tidak mengembangkan ilmu-ilmu 'aqli (rasio) sebagai wadah pengembangan ilmu-ilmu berbasis agama. Akibatnya, lulusan mahir dalam fiqh, ushul fiqh, hadits, dan mata pelajaran terkait lainnya tetapi lemah dalam ilmu alam seperti fisika, biologi, matematika, dan lain-lain.

