

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Data Penelitian

1. Gambaran Umum Bank Kalsel Cabang Banjarmasin

a. Sejarah Singkat Bank Kalsel Cabang Banjarmasin

Bank Pembangunan daerah Kalimantan Selatan adalah bank milik pemerintah provinsi Kalimantan Selatan bersana-sama dengan Pemerintah Kota/Kabupaten se-Kalimantan Selatan dan didirikan pada tanggal 25 Maret 1964 atas dasar Peraturan Daerah Tingkat 1 Kalimantan Selatan Nomor 4 Tahun 1964, berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tentang ketentuan Pokok Bank pembangunan Daerah dengan modal besar sebesar Rp100.000.000,00 serta memperoleh izin dari usaha Menteri Urusan Bank Sentral/Gubernur Bank Indonesia sesuai dengan Surat Keputusan Nomor 26/UBS/65 tanggal 31 Maret 1965.

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

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

melalui kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip konvensional maupun syariah.

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

- 1) Sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di Daerah;
- 2) Sebagai pemegang Kas Daerah dan atau melaksanakan penyimpanan uang Daerah;
- 3) Sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD);
- 4) Turut membina lembaga perkreditan (BKK & LPUK) dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) milik Pemerintah Propinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota. Dengan demikian, Bank Kalsel diharapkan mempunyai peran yang cukup besar dalam pembangunan di Kalimantan Selatan, khususnya di bidang ekonomi, sosial dan pembangunan daerah.

Krisis ekonomi dan moneter yang terjadi di Indonesia pada kurun waktu 1997-1998 merupakan pukulan yang sangat berat bagi sistem perekonomian Indonesia. Dalam periode tersebut banyak lembaga-lembaga keuangan, termasuk perbankan mengalami kesulitan keuangan.

Seiring dengan diberlakukannya *dual banking system* oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, maka untuk menjawab tantangan tersebut, Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan telah melakukan perubahan dengan Perda Nomor 16 Tahun 2003 yang memuat pembentukan operasional unit usaha syariah.

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

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

Dalam mengawasi, menilai dan memastikan operasional bank agar tetap konsisten dalam penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa berdasarkan prinsip syariah serta dalam pengembangan produk baru bank agar sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia, Bank Kalsel Syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah yang melakukan pengawasan terhadap kegiatan bank. Direktur yang membidangi Unit Usaha Syariah adalah H.Aspulani H.A.T.,sedangkan Dewan Pengawas Syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Prof. DR. KH. Kamrani Buseri, MA.,sebagai ketua
- 2) Dr. Muhaimin, S. Ag, MA, sebagai anggota.

| | |
|--|---------------------|
| Direktur Bisnis Syariah (UUS) | Supian Noor |
| Pemimpin Divisi Bisnis Syariah | Hj. St. Yulian Noor |
| Pemimpin Kantor Cabang Syariah Banjarmasin | A. Fatrya Putra |
| Pemimpin Kantor Cabang Syariah Kandangan | Imam Musanif |

| | |
|---|-------------------|
| Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah Batulicin | Noor Khalis |
| Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru Q – Mall | Gt. Achmad Nawawi |
| Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) IAIN Antasari | Akhmad Riadi |
| Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Kayutangi | Farid Muzakir |
| Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Amuntai | Saikun |
| Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Martapura | Achmad Solihin |
| Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Paringin | Indra Dermawan |
| Pemimpin Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Barabai | Ismet Suryadi |

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

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

Unit layanan syariah BPD Kalsel ini sudah dioperasikan sejak awal tahun

2007 dan kemudian diresmikan oleh wakil gubernur kalsel H. M. Rosehan Noor Bahri, SH pada tanggal 12 September 2007. Bank BPD kalsel syariah banjarmasin yang beralamat di Jalan Brigjen H. Hasan Basry nomor 8 Banjarmasin, kodepos 70123, telepon (0511) 3304201, 3303827, 3301032 dan fax (0511) 33041111.

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

- 1) Kantor BPD Kalsel Banjarmasin mencakup wilayah Banjarmasin, banjarbaru, marabahan, martapura, pelaihari dan Batulicin.
- 2) Kantor cabang BPDandangan, mencakup wilayahandangan, rantau, barabai, amuntai dan tanjung.

b. Landasan Hukum

Pendirian dan dioperasikannya unit layanan syariah pada BPD Kalsel diperkuat dengan landasan sejumlah peraturan perundang-undangan yang terkait serta fatwa organisasi Islam, diantaranya:

- 1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1991, tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998;
- 2) Peraturan Bank Indonesia Nomor 2/27/PBI/2000, Tanggal 15 Desember 2000 tentang bank umum;
- 3) Peraturan Bank Indonesia Nomor 4/1/PBI/2002, Tanggal 27 Maret

2002 tentang perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum berdasarkan prinsip syariah;

- 4) Surat keputusan di reksi Bank Indonesia, Tanggal 12 Mei 1999 tentang bank umum, bank umum berdasarkan prinsip syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)
- 5) Fatwa MUI, bahwa segala transaksi yang berbasis bunga menurut Alquran adalah riba.

c. Tujuan, Visi dan Misi Bank Kalsel Cabang Banjarmasin

Tujuan didirikan dan dikembangkan unit layanan syariah, termasuk kedai syariah sebagai perpanjangan operasionalnya adalah memberikan alternatif pelayanan perbankan dengan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat/nasabah disamping pelayanan secara konvensional.

Pendirian unit layanan syariah ini juga dimaksudkan untuk pengembangan bisnis untuk mengantisipasi persaingan. Pembukaan kegiatan berdasarkan prinsip syariah, merupakan implementasi dari penjabaran visi dan misi bank BPD Kalsel yang diwujudkan melalui pengembangan bisnis dalam mengantisipasi semakin meningkatnya persaingan, baik dikalangan dunia perbankan sendiri maupun sesama jasa pelayanan syariah yang hampir semua bank membukanya.

Adapun visi misi dari Bank Kalsel Syariah adalah:

1) Visi Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin

“Menjadi Unit Usaha Syariah Banknya Urang Banua yang Islami, sehat, profesional dan dinamis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang murni dan nyata.”

2) Misi Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin

- a) Mendorong terciptanya masyarakat yang menggunakan sistem ekonomi syariah yang penuh barokah dan mendapatkan ridho Allah swt.
- b) Memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap layanan produk-produk perbankan dan mampu bersaing secara sehat.
- c) Mewujudkan unit usaha Bank Kalsel Syariah sebagai mitra usaha yang dapat dipercaya oleh masyarakat ekonomi syariah khususnya dalam peberdayaan ekonomi mikro, kecil dan menengah.
- d) Meningkatkan kontribusi pendapatan Bank Kalsel Syariah yang berasal dari kegiatan usaha perbankan prinsip syariah.
- e) Membantu mengembangkan Sumber Daya Insani (SDI) Unit Usaha Syariah Bank Kalsel Syariah sebagai insani kamil yang memahami dan dapat melaksanakan perbankan berdasarkan prinsip syariah.

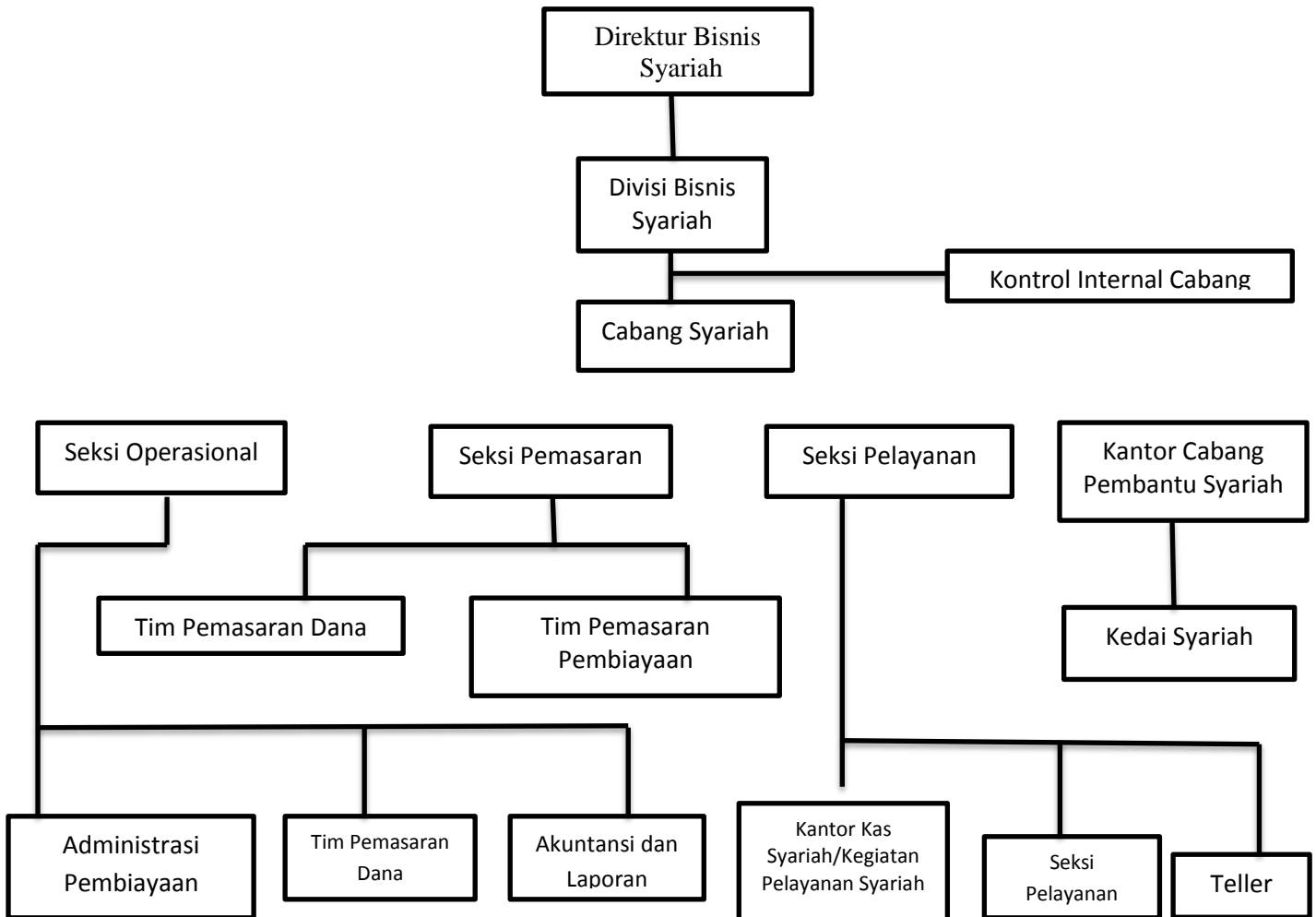
d. Struktur Organisasi dan *Job Description* Bank Kalsel Cabang Banjarmasin

1) Struktur Organisasi

Struktur organisasi selalu mempunyai suatu sistem organisasi agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai dengan baik. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas maka akan dapat ditentukan

pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing anggota dalam organisasi tersebut.

Adapun struktur organisasi pada bank Kalsel syariah cabang banjarmasin adalah sebagai berikut dapat dilihat gambar



Sumber: Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin

2) *Job Description*

a) Kepala Cabang

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

b) Cabang Pembantu Syariah

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

c) Seksi Pemasaran

Seksi pemasaran melakukan beberapa tugas mulai dari mencari dana, menilai permohonan pembiayaan dari segala kelayakan (kebenaran lampiran) usaha maupun penggunaan pembiayaan sampai kejaminan, melayani debitur mulai dari pencairan dana sampai pelunasan ataupun pembayaran-pembayaran lain yang dilakukan oleh debitur, menyiapkan surat persetujuan pembiayaan, serta menyiapkan akad pembiayaan serta pengikatan jaminan.

d) Seksi Pelayanan Nasabah

Seksi pelayanan nasabah memberi informasi mengenai operasional bank syariah beserta produk-produknya, mengelola administrasi nasabah baru, melayani pembukaan dan penutup tabungan, pencairan awal serta bagi hasil.

e) Seksi Operasional Cabang

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

f) **Kontrol Internal Cabang**

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

e. Produk-Produk Bank Kalsel Syariah

1) Produk Pendanaan

- a) Giro iB Al-Amanah
- b) Tabungan iB Al-Barakah
- c) Tabungan iB Pelajar
- d) Tabungan iB Haji Ar-Rahman
- e) TabunganKu iB
- f) Deposito iB Mudharabah

2) Produk Pembiayaan

- a) Murabahah
- b) Kerjasama Usaha
- c) Talangan Haji iB
- d) Qard Beragunan Emas iB Ar-Rahman
- e) Kepemilikan Emas iB Ar-Rahman
- f) Al-Qardhul Hasan

3) Layanan Jasa dan Transaksi

- a) SKB dan SDB
- b) Garansi Bank iB
- c) Kiriman Uang iB

- d) *Safe Deposit Box*
- e) Sharf iB Ar-Rahman
- f) SMS Banking
- g) M-ATM Bersama
- h) BPD Net Online¹

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap para Informan tentang strategi bank dalam memasarkan produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman (studi kasus pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin), maka diperoleh data yang diuraikan sebagai berikut:

2. Identitas Informan

- a. Nama : Yustiana Mulia Sari
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Jabatan : Staf Pelayanan Nasabah (KCS BJM)
- b. Nama : Yunita
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Jabatan : Staf Pelayanan Nasabah (KCS BJM)

3. *Safe Deposit Box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Safe Deposit Box iB Ar-Rahman yang dikeluarkan oleh Bank Kalsel Syariah merupakan produk layanan jasa yang dioperasikan berdasarkan pada

¹ Bank Kalsel Syariah, *Sejarah Singkat Bank Bank Kalsel Syariah*, <http://www.bankkalsel.co.id/index.php/profil/sejarah-singkat>, Diakses pada 24 juni 2016, pukul 23. 45 WITA.

prinsip-prinsip syariah. *Safe Deposit Box* iB Ar-Rahman dikelola berdasarkan akad *ijārah* (sewa menyewa) yang diperbolehkan dalam Islam.

a. Persyaratan Pembukaan *safe deposit box* iB Ar-Rahman

Macam-macam syarat dan ketentuan dalam pembukaan *Safe deposit Box* iB Ar-Rahman yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

- 1) Mengisi formulir pembukaan dan formulir lainnya yang disediakan oleh Bank
- 2) Membuka rekening tabungan atau giro
- 3) Menyerahkan fotocopy identitas diri atau perusahaan
- 4) Menyerahkan pas photo berwarna terbaru
- 5) Tidak menyimpan barang-barang yang dilarang sesuai dengan ketentuan teknis Bank

b. Keunggulan dan Kelebihan *safe deposit box* iB Ar-Rahman

Produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman dari Bank Kalsel Syariah memiliki beberapa keunggulan dan kelebihan, diantaranya:

- 1) Memberikan Keamanan atas barang simpanan.
- 2) Ruang penyimpanan yang kokoh dan tahan api serta tenaga keamanan 24 jam penuh.
- 3) Tersedia dalam berbagai ukuran dan jangka waktu sesuai dengan kebutuhan.
- 4) Tarif sewa yang kompetitif.

Dengan tarif sewa yang kompetitif dalam berbagai jenis ukuran dan jangka waktu sesuai kebutuhannya. Bank Kalsel Syariah memasarkan *safe deposit*

box iB Ar-Rahman ini kepada semua kalangan masyarakat yang memerlukannya.²

c. Segmentasi Target Pemasaran *Safe Deposit Box* iB Ar-Rahman

Pemasaran suatu produk bank harus ditargetkan dari awal dengan seefektif mungkin, hal itu diperlukan untuk mencapai tujuan dari pemasaran tersebut. Jadi, pada saat produk tersebut diluncurkan ke pasaran, bank sudah memiliki gambaran ke mana produk tersebut harus dipasarkan.

Segmentasi dan target pemasaran yang dilakukan Bank Kalsel Syariah harus disesuaikan dengan jenis produk yang ditawarkan. Target pemasaran untuk produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin ini ditujukan kepada masyarakat umum yang ingin menyimpan surat berharga dan harta benda lainnya secara aman dan terjamin.

Adapun alasan kenapa produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman ini ditargetkan masyarakat umum, agar masyarakat umum yang ingin harta bendanya aman dan terjamin, itu karena *safe deposit box* iB Ar-Rahman ini adalah jasa sewa menyewa kotak penyimpanan surat berharga dan harta benda lainnya. Dengan tarif sewa lebih murah (kompetitif) di banding bank lainnya.

² Yunita, staff pelayanan nasabah, *wawancara pribadi*, Banjarmasin, 6 juni 2016.

4. Strategi Pemasaran *Safe Deposit Box* iB Ar-Rahman

Strategi pemasaran memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap penjualan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Begitu juga dengan bank syariah yang memiliki strategi bervariasi untuk memasarkan produk yang ada pada bank syariah sendiri. Strategi pemasaran meliputi, *product, place, price, promotion*.

Untuk membangun sebuah strategi pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variabel-variabel bauran pemasaran (*marketing mix*), yang terdiri atas:

- a. Produk (*product*) barang atau jasa yang ditawarkan
- b. Harga (*price*) yang ditawarkan
- c. Saluran distribusi (*placement*) yang digunakan (grosir, distributor, pengecer) agar produk tersebut tersedia bagi para pelanggan .
- d. Promosi (*promotion*): iklan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publikasi.

Dalam memasarkan produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman, Bank Kalsel Syariah memiliki beberapa strategi pemasaran yang bervariasi. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis dapatkan di lapangan, ada beberapa strategi pemasaran yang dilakukan Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin.

Strategi pertama, dalam hal produk *safe deposit box* Bank Kalsel Syariah memberikan berbagai macam jenis ukuran *box* yang disewakan. Hal tersebut memberikan pilihan kepada nasabah ingin menggunakan *box* dengan

ukuran yang sesuai dengan keinginannya. Jasa sewa menyewa kotak penyimpanan, surat berharga dan harta benda lainnya yang tahan api dengan ukuran sesuai dengan kebutuhan dan jangka waktu tertentu yang dituangkan dalam akad *Ijarah* antara Bank dan Nasabah.

Strategi kedua Tarif *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin sebagai berikut:

Tabel 2 Tarif Sewa *Safe Deposit Box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Banjarmasin.

| No | Jenis SDB | Uk. SDB | Jaminan Kunci (Rp) | Tarif Sewa 6 bln (Rp) | Tarif Sewa 1 thn (Rp) |
|----|-----------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|
| 01 | SDB S | 12,7 x 13,1 x 59,6 cm | Rp. 450.000,- | Rp.105.000,- | Rp. 150.000,- |
| 02 | SDB M | 8,3 x 26,5 x 59,6 cm | Rp. 450.000,- | Rp. 157.500,- | Rp. 225.000,- |
| 03 | SDB L | 12,7 x 26,5 x 59,6 cm | Rp. 450.000,- | Rp. 210.000,- | Rp. 300.000,- |
| 04 | SDB XL | 25,7 x 26,5 x 59,6 cm | Rp. 450.000,- | Rp. 420.000,- | Rp. 600.000,- |

*) Tarif sewa sewaktu-waktu dapat berubah

Dalam hal ini apabila perubahan kuantitas dan kualitas, hilang, atau rusaknya barang yang bukan merupakan kesalahan bank. Tidak ada biaya biaya yang dibebankan kepada penyewa, akan tetapi ketika si penyewa sudah mendekati ketentuan habis masa sewa, satu minggu sebelum jatuh tempo, si penyewa terlebih dahulu akan mendapat peringatan dari pihak bank, akan tetapi si penyewa belum juga untuk memperpanjang, sudah jatuh tempo, maka akan di beri tiga hari diberi kesempatan, tapi bila si nasabah tidak juga untuk memperpanjang biaya sewa, maka semua barang simpanan yang ada di dalam *safe deposit box* iB Ar-Rahman akan dikeluarkan oleh pihak bank.

Untuk biaya denda di Bank Kalsel Syariah tidak ada, untuk box yang tersedia di Bank Kalsel Syariah berjumlah 36 box, untuk ukuran M berjumlah 18 box, ukuran L berjumlah 12 box, dan ukuran XL berjumlah 6 box, akan tetapi untuk ukuran S belum ada tersedia di Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin. Strategi ketiga tempat/lokasi Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin yang strategis sehingga memudahkan untuk pendistribusian.

Strategi keempat, bank melakukan pemasaran langsung, yang berarti Bank Kalsel Syariah menawarkan secara langsung brosur tentang *safe deposit box* iB Ar-rahman kepada nasabah yang datang dan melakukan transaksi di bank. Pada kesempatan itulah bank akan menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan *safe deposit box* iB Ar-Rahman. Cara penyampaian yang baik akan menarik minat nasabah untuk menggunakan produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman. Melalui senyum dan suasana ramah, pada proses ini bank Kalsel Syariah mendapatkan kesadaran bahwa menarik orang untuk menjadi nasabah merupakan pekerjaan mudah, yang sulit adalah mempertahankan mereka menjadi pelanggan atau nasabah yang setia. Program-program ini dirancang untuk membuat nasabah menjadi betah, misalnya dengan menerapkan senyum kepada setiap pegawai Bank Kalsel Syariah dalam melayani nasabah, merubah tata letak ruang-ruang pelayanan menjadi lebih akrab dan bersahabat. Secara sederhana digambarkan bila ada seorang langganan memesan sebuah produk, dan para tenaga penjual mengajukan penawaran beberapa produk tambahan lainnya, maka cara semacam ini lazim disebut *cross-selling*. Sehingga membuat nasabah tertarik untuk

menggunakan jasa layanan sewa *safe deposit box* iB Ar-Rahman.

Strategi kelima melalui spanduk dan baliho yang sebagai ajang promosi untuk Bank Kalsel Syariah dalam memasarkan produk-produknya, termasuk produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman. Untuk spanduk diletakkan di simpang empat Jln. Tarakan dengan lewat sebuah spanduk, pengetahuan calon nasabah atau pengunjung pada spanduk tersebut sangat menentukan terhadap suksesnya media promosi tersebut dalam memunculkan minat pengunjung yang datang.

5. Kendala Dalam Memasarkan *Safe Deposit Box* iB Ar-Rahman

Kendala yang dihadapi Bank Kalsel Syariah dalam memasarkan produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman ini adalah keterbatasan tempat dalam menyediakan jasa layanan ini. Selain itu, kendala dalam pemasaran produk jasa sewa ini adalah kurang tersedia media periklanan, seperti dari radio, Sosmed dan televisi.

Adapun kendala lainnya dalam memasarkan *safe deposit box* iB Ar-Rahman adalah banyaknya bank lain yang mengeluarkan produk jasa layanan serupa, baik bank syariah maupun bank konvensional, sehingga nasabah memiliki banyak pilihan untuk memilih produk jasa sewa yang diinginkan.³

³ Yustiana Mulia Sari, staff pelayanan nasabah, *wawancara pribadi*, Banjarmasin, 6 juni 2016.

B. Analisis Data

1. Analisis Teknik Pemasaran *Safe Deposit Box* iB Ar-Rahman Pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin

Berdasarkan informasi yang didapat penulis pada saat melakukan penelitian melalui wawancara, peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran jasa layanan sewa menyewa seperti yang digunakan Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman. Setelah diteliti lebih lanjut melalui wawancara dan studi dokumenter maka diperoleh hasil-hasil temuan yang berhubungan dengan pemasaran *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa *safe deposit box* iB Ar-Rahman adalah salah satu produk jasa sewa menyewa dari Bank Kalsel syariah Cabang Banjarmasin. Produk *safe deposit box* yang dijalankan dengan prinsip syariah dinamakan *safe deposit box* iB Ar-Rahman. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka pada tahun 2015-2016 Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin mengeluarkan produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman.

Safe Deposit Box iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah dikelola berdasarkan akad *Ijārah* (sewa menyewa) antara nasabah dan bank, yang berarti nasabah menitipkan barangnya kepada pihak bank dan kemudian bank menyediakan jasa sewa yang dinamakan *safe deposit box* iB Ar-Rahman dan menjaga barang titipan tersebut. Akad *ijārah* adalah cara yang diperbolehkan dalam Islam, karena akad *ijārah* tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

Karena telah sesuai dalam landasan hukum *sefe deposit box*, Yaitu;

FATWA
DEWAN SYARIAH NASIONAL
Nomor: 24/DSN-MUI/III/2002⁴

Menetapkan :

- a. Berdasarkan sifat dan karakternya, *Safe Deposit Box* (SDB) dilakukan dengan menggunakan akad *Ijārah* (sewa).
- b. Rukun dan syarat *Ijārah* dalam praktek SDB merujuk pada fatwa DSNNo.9/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Ijārah*.
- c. Barang-barang yang dapat disimpan dalam SDB adalah barang yang berharga yang tidak diharamkan dan tidak dilarang oleh negara.
- d. Besar biaya sewa ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
- e. Hak dan kewajiban pemberi sewa dan penyewa ditentukan berdasarkan kesepakatan sepanjang tidak bertentangan dengan rukun dan syarat *Ijārah*.⁵

Firman Allah dalam Al-Qur'an surah al-Bāqarah ayat 233 yang berbunyi sebagai berikut:

وَإِن أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُمْ
بِالْعُرْفِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٢٣٣﴾

“...dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, Maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut.

⁴ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Indonesia, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional* (Jakarta: Gaung Persada Preess,2012) hlm. 127.

⁵ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Indonesia, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional* (Jakarta: Gaung Persada Preess,2012) hlm. 129-130.

bertakwalahkamu kepada Allah dan Ketahuilah bahwa Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan.⁶(QS. al-Bāqarah: 233)

Pemasaran *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin harus dilakukan dengan sebaik mungkin, agar dapat bersaing dengan bank-bank lainnya yang memiliki produk serupa, baik itu bank syariah maupun bank konvensional. Agar dapat bertahan di tengah maraknya persaingan antar bank, Bank Kalsel Syariah harus memiliki strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya, termasuk strategi pemasaran untuk *safe deposit box* iB Ar-Rahman.

Pemasaran *safe deposit box* iB Ar-Rahman tidak hanya semata-mata Bank Kalsel Syariah menjual produk jasa sewa menyewa, tetapi bank juga memperhatikan kebutuhan nasabah pengguna *safe deposit box* iB Ar-Rahman. Salah satu bentuk kebutuhan nasabah yaitu biaya tari sewa terjangkau, jadi nasabah *safe deposit box* iB Ar-Rahman tidak perlu dipusingkan dengan biaya tarif sewa yang biasanya terkesan mahal. Biaya tarif sewa yang terjangkau merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin.

Keunggulan ataupun kelebihan produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin sangat berpengaruh terhadap pemasaran produk tersebut, dan pemasaran yang baik sangat mempengaruhi kelangsungan nasib suatu bank. Agar bank dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, selain memperhatikan keunggulan dan

⁶ *Ibid* , hlm. 128.

kelebihan suatu produk, bank juga harus memiliki segmentasi dan target pemasaran. Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri.⁷ Sedangkan target pemasaran adalah proses penyeleksian produk baik barang maupun jasa atau pelayanan terbaik sehingga benar-benar berada pada posisi terbaik guna mencapai keberhasilan perusahaan.⁸

Dalam hal ini, Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin menargetkan pemasaran untuk *safe deposit box* iB Ar-Rahman kepada nasabah baru dan masyarakat umum. Alasan kenapa Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin menargetkan *safe deposit box* iB Ar-Rahman ini kepada nasabah baru dan masyarakat umum, itu karena *safe deposit box* iB Ar-Rahman adalah jasa sewa menyewa yang sangat terjangkau dan sangat cocok untuk nasabah baru dan masyarakat umum, tentu saja nasabah yang jarang berada dirumah sehingga memudahkan masyarakat untuk memberikan keamanan terhadap barang yang berharga. Setelah segmentasi dan target pemasaran ditentukan, langkah selanjutnya adalah menentukan strategi pemasaran seperti apa yang cocok digunakan Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin dalam memasarkan *safe deposit box* iB Ar-Rahman. Berhasil tidaknya suatu bank dalam memasarkan produk yang dihasilkan baik itu barang maupun jasa sangat dibutuhkan strategi

⁷Kasmir, *Manajemen Perbankan*,), Cet. 4 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 181.

⁸M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 96.

pemasaran yang baik dan tepat, sebab strategi dalam memasarkan sebuah produk merupakan ujung tombak bagi bank dalam mencapai tujuannya.

Strategi pemasaran adalah cara atau langkah-langkah dalam melakukan penjualan suatu barang atau jasa yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan untuk mencapai penjualannya. Pendapat lain mengatakan strategi pemasaran adalah suatu cara yang dilakukan oleh penjual untuk mempengaruhi pembeli. Melalui sebuah pemasaran, bank dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat, baik itu dengan cara promosi ataupun cara-cara lainnya.

Strategi pemasaran dilakukan untuk meningkatkan daya jual-beli yang tinggi agar produk tersebut dapat bertahan dan berkembang. Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha. Di samping itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, teknik pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap peluang atau kesempatan yang ada.

Pemasaran juga pernah dilakukan oleh Rasulullah Saw, pada zaman dahulu. Sangat dianjurkan dalam perbankan syariah untuk meneladani sifat-sifat yang dimiliki Rasulullah Saw. yaitu sifat kejujuran (*shiddiq*), cerdas atau kompeten (*fathanah*), bertanggung jawab (*amanah*), dan mampu menyebarkan (*tabligh*).⁹

⁹ *Ibid.*, hlm. 32.

Salah satu sifat teladan dari Rasulullah Saw. yang sangat berpengaruh dalam perbankan syariah adalah amanah (tanggung jawab). Pemasar syariah harus bertanggung jawab terhadap segala sesuatu yang dilakukannya, khususnya yang berhubungan dengan tabungan serta dalam mengelola uang nasabah.

Hal ini sesuai dengan dalil yang menjelaskan tentang amanah yang terdapat dalam QS. an-Nisaa ayat 58.

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

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”. (Q.S. an-Nisaa: 58)

Sebagaimana yang kita ketahui, dalam Islam semua tindakan manusia di dunia ini adalah semata-mata untuk ibadah dan mencari ridha Allah SWT. semata, begitu pula dengan tindakan kita dalam berbisnis. Hal ini juga perlu diterapkan oleh Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, dalam menjalankan strategi pemasarannya Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin perlu mencontoh sifat-sifat teladan dari Rasulullah Saw.

Adapun strategi pemasaran *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah sebagai berikut:

- a) Langsung menawarkan brosur tentang *safe deposit box* iB Ar-Rahman kepada nasabah baru.

- b) Melalui spanduk dan Baliho sebagai ajang promosi untuk memperkenalkan produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman.

Sejak *safe deposit box* iB Ar-Rahman dikeluarkan pada tahun 2015-2016 sampai dengan sekarang, bahwa strategi pemasaran produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin sudah berjalan dengan cukup baik. Dalam hal ini karena boks yang tersedia di Bank Kalsel Syariah sudah penuh. Dalam pemasarannya, Bank Kalsel Syariah juga memperhatikan kebutuhan nasabah, bukan hanya sekedar menjual produk untuk mendapatkan keuntungan.

Salah satu teori pemasaran menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan. Strategi pemasaran produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman yang diterapkan Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin sudah sesuai dengan teori pemasaran tersebut. Strategi-strategi pemasaran yang dilakukan Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan *safe deposit box* iB Ar-Rahman ini sebenarnya jika dihubungkan dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) maka strategi-strategi itu merupakan bagian dari *marketing mix*. Pada *marketing mix*, pemasaran yang dilakukan meliputi strategi produk, harga, promosi dan lokasi.

Strategi produk yang digunakan pada produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman ini adalah akad *ijārah* antara Bank dan Nasabah. Sehingga nasabah tidak perlu khawatir tentang keamanan atas barang simpanannya di bank tersebut.

Promosi yang digunakan Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin untuk memasarkan *safe deposit box* iB Ar-Rahman yaitu dengan menggunakan brosur, untuk memperkenalkan *safe deposit box* iB Ar-Rahman kepada calon nasabah atau masyarakat umum.

Menyangkut harga yang ditawarkan Bank Kalsel Syariah pada produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman ini. Sangatlah terjangkau bagi nasabah baru maupun masyarakat umum, menggunakan jasa sewa menyewa dari Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin yang berupa *safe deposit box* iB Ar-rahman.

Jika dilihat dari segi lokasi, Bank Kalsel Syariah mendirikan unit atau cabang yang letaknya sangat strategis. Sehingga untuk pemasaran *safe deposit box* iB Ar-Rahaman mudah dijangkau oleh masyarakat umum.

2. Kendala Yang Dihadapi Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin Dalam Memasarkan Produk *Safe Deposit Box* iB Ar-Rahman

Pemasaran produk khususnya pada bank mengalami persaingan yang semakin ketat, baik itu bank syariah maupun bank konvensional. Persaingan yang ketat membuat bank berlomba-lomba dalam menciptakan pemasaran produknya. Namun, tidak semua pemasaran yang dilakukan oleh bank dapat berjalan dengan lancar. Tidak sedikit bank kesulitan dalam proses pemasarannya, banyaknya hambatan dan halangan yang membuat bank kesulitan dalam memasarkan produknya.

Salah satu produk dari Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang cukup banyak diminati adalah produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman berupa jasa sewa menyewa. Walaupun tergolong baru produk ini merupakan cukup banyak peminat di masyarakat umum.

Produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin mengalami banyak tantangan serta memiliki banyak kendala juga di dalam pemasarannya, dan tentu saja semakin ketatnya persaingan antar bank sangat mempengaruhi perkembangannya. Persaingan bank yang terjadi bukan hanya antara bank syariah, namun juga bank syariah dengan bank konvensional.

Persaingan antar bank dalam memasarkan produk *safe deposit box* merupakan sebuah kendala bagi Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Selain itu, kelemahan dan kekurangan produk juga menjadi kendala yang cukup berpengaruh terhadap pemasaran produk tersebut.

Untuk dapat bersaing dengan produk *safe deposit box* dari bank lainnya, Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin harus melakukan teknik pemasaran dengan seefektif mungkin. Selain teknik pemasaran seperti apa yang cocok untuk diterapkan oleh bank, bank juga harus mengetahui kendala apa saja yang dihadapinya.

Kendala yang dihadapi Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin dalam memasarkan *safe deposit box* iB Ar-Rahman diantaranya adalah:

- 1) Keterbatasan tempat *safe deposit box* iB Ar-Rahman
- 2) Banyaknya bank lain yang mengeluarkan produk *safe deposit box* serupa.

Menurut informasi yang didapat dari beberapa nasabah pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman ini dapat dikatakan kurang diketahui oleh masyarakat umumnya.

Menurut salah satu staff pemasar dana pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin, cara yang dapat dilakukan untuk menghadapi kendala-kendala tersebut adalah dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman. Jika terus-terusan melihat pada kendala dan kekurangan produk, maka itu hanya akan membuat produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman sulit untuk berkembang. Banyak masyarakat memilih produk jasa sewa menyewa dengan melihat kelebihan yang dimiliki produk tersebut. Namun, sebagian masyarakat juga tetap mempertimbangkan kekurangan dari produk *safe deposit box* iB Ar-Rahman tersebut.

Untuk mengetahui bagaimana gambaran pemasaran *safe deposit box* iB Ar-Rahma pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, maka dapat dilakukan dengan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threat*). Dari hasil analisis SWOT ini maka dapat diketahui bagaimana pemasaran *safe deposit box* iB Ar-Rahma pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Adapun analisis SWOT *safe deposit box* iB Ar-Rahman adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strengths*)

1) Tarif sewa yang kompetitif.

Tarif sewa yang kompetitif sehingga sangat terjangkau untuk kalangan masyarakat umum.

2) Tersedia dalam berbagai ukuran dan jangka waktu sesuai dengan kebutuhan.

3) Ruang penyimpanan yang kokoh dan tahan api serta tenaga keamanan 24 jam penuh.

4) Memberikan keamanan atas barang simpanan.

b. Kelemahan (*Weakness*)

1) Keterbatasan tempat penyimpanan (*safe deposit box* iB Ar-Rahman)

Tidak semua nasabah dapat menggunakan jasa sewa menyewa ini dikarenakan jasa *safe deposit box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah tidak memiliki cukup tempat *safe deposit box* iB Ar-Rahman.

c. Peluang (*Opportunity*)

1) Letak bank yang strategis.

Letak bank yang tidak jauh dari jalan raya merupakan posisi yang sangat strategis, sehingga nasabah dapat dengan mudah mendatangi bank dan melakukan berbagai macam transaksi di bank.

2) Masyarakat Banjarmasin yang mayoritas beragama Islam.

safe deposit box iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah sangat cocok untuk masyarakat muslim yang ingin menggunakan produk jasa sewa menyewa yang dikelola berdasarkan prinsip syariah. *Safe deposit box* iB Ar-Rahman ini dikelola dengan menggunakan akad *Ijarah* antara Bank dan Nasabah. Namun tidak menutup kemungkinan, masyarakat non muslim pun juga dapat menggunakan produk jasa sewa menyewa ini, karena produk jasa sewa menyewa ini juga bisa untuk masyarakat umum.

d) Ancaman (*Threat*)

1) Produk sejenis dari perbankan lain.

Banyaknya produk *safe deposit box* sejenis yang ditawarkan oleh bank lain baik bank syariah maupun bank konvensional, sehingga nasabah memiliki banyak pilihan produk jasa sewa dari perbankan lain.

2) Produk Jasa sewa menyewa lain, yang memiliki banyak keunggulan.

Banyaknya produk *safe deposit box* serupa yang menawarkan berbagai macam keunggulan, salah satunya produk jasa sewa yang memiliki keunggulan dengan menyediakan fasilitas boks yang lebih banyak lagi.

3) Minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah.

Kesulitan lain dalam memasarkan produk *Safe Deposit Box* iB AR-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah, kurangnya sosialisasi bank syariah tentang produk jasa sewa menyewa yang dikelola berdasarkan prinsip syariah membuat sebagian masyarakat tidak begitu mempedulikan apakah keuntungan yang diperoleh menggunakannya.

Tabel 3

Matrik SWOT

| | | |
|---|--|---|
| <p style="text-align: center;">Internal</p> <p>Eksternal</p> | <p><i>Strengths (S)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tarif biaya sewa yang kompetitif ▪ Tersedia dalam berbagai ukuran ▪ Ruang penyimpanan yang kokoh dan tahan api ▪ Membrikan keamanan atas barang simanan | <p><i>Weaknesses (W)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Keterbatasan tempat <i>safe deposit box</i> iB Ar-Rahman |
| <p><i>Opportunities (O)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Letak bank yang strategis ▪ Masyarakat Banjarmasin yang mayoritas beragama Islam | <p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memperkenalkan keunggulan-keunggulan <i>safe deposit box</i> iB Ar-Rahman ▪ Membuat spanduk maupun baliho | <p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebih sering melakukan sosialisasi ▪ Lebih menyempurnakan produk <i>safe deposit box</i> iB Ar-Rahman |
| <p><i>Threats (T)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Produk sejenis dari bank lain ▪ Minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah | <p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memberikan pelayanan sebaik mungkin ▪ Memberikan penjelasan sosialisasi tentang perbankan syariah | <p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membuat teknik pemasaran yang lebih kreatif ▪ Menciptakan ciri khas tersendiri agar membedakan <i>safe deposit box</i> iB Ar-Rahman dengan <i>safe deposit box</i> lain |

❖ Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

❖ Strategi ST

Strategi ini adalah untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki *safe deposit box* iB Ar-Rahman dengan cara menghindari ancaman.

❖ Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

❖ Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.