

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Profil PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah

1. Sejarah Ringkas PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (service excellence) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan

merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Aktivitas PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah (proses spin off-) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah.

Saat ini PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah menjadi Bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah menargetkan menjadi Bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.¹

¹ <http://www.brisyariah.co.id/?q=sejarah> diakses hari Kamis, 27 Oktober 2016

2. Visi & Misi

a. Visi :

Menjadi Bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi :

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.²

3. Struktur

Tabel 4.1 Struktur Kepengurusan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah
Pasar Baru Banjarmasin

NO	JABATAN	NAMA
1	Pemimpin cabang pembantu	Yudhistrira Wicaksono H
2	Unit Head	Muhammad fadli
3	Branch Operation Svp	Tezar Rahman P
4	AO micro	Ira widyastuti
5	AO micro	Muhammad Irwan
6	AO micro	Murjani Imansyah

² <http://www.brisyariah.co.id/?q=visi-misi> diakses hari kamis, 27 oktober 2016

7	AO	Ade Setya Rahman
8	AO	Imelda safitri
9	Teller	Mira Triana Rahmi
10	Cust Service	Sri Ruliyawati
11	Securty	Rudini
12	Securty	Arifani
13	Securty	Fitriyani
14	OB	Muhammad Ifansyah

4. Produk-produk BRISyariah Pasar Baru

a. Tabungan Faedah BRISyariah iB

Produk simpanan dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari. Produk ini memakai Akad *Wadi'ah yad dhamanah*.³

b. Tabungan Haji BRISyariah iB

Produk simpanan dari BRISyariah bagi calon jemaah Haji Reguler yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Produk ini memakai Akad *Mudharabah Muthlaqah*⁴

c. Tabungan Haji Valas BRISyariah iB

Produk simpanan dari BRISyariah bagi calon jemaah Haji Khusus yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Produk ini memakai Akad *Mudharabah Muthlaqah*⁵

³ <http://www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-brisyariah> diakses hari kamis,27 oktober 2016

⁴ <http://www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-haji-brisyariah-ib> diakses hari kamis,27 oktober 2016

⁵ <http://www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-haji-valas-brisyariah-ib> diakses hari kamis,27 oktober 2016

d. Tabungan Impian Syariah iB

Produk simpanan berjangka dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana memakai mekanisme autodebet setoran rutin bulanan. Produk ini memakai Akad *Mudharabah Muthlaqah*⁶

e. TabunganKu

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh Bank-Bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Produk ini memakai Akad *Wadi'ah yad dhamanah*⁷

f. Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah iB

SimPel iB kependekan dari Simpanan Pelajar iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh Bank-Bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.⁸

g. Giro BRISyariah iB

Produk simpanan dari BRISyariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan untuk kemudahan transaksi bisnis sehari-hari dimana penarikan dana

⁶<http://www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-impian-syariah-ib> diakses hari Kamis, 27 Oktober 2016

⁷<http://www.brisyariah.co.id/?q=tabunganku> diakses hari Kamis, 27 Oktober 2016

⁸<http://www.brisyariah.co.id/?q=simpanan-pelajar-simpel-brisyariah-ib> diakses hari Kamis, 27 Oktober 2016

menggunakan cek & bilyet giro. Produk ini memakai Akad : *Wadi'ah yad dhamanah*.⁹

h. Deposito BRISyariah iB

Produk investasi berjangka dari BRISyariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal. Produk ini memakai Akad *Mudharabah Muthlaqah*¹⁰

i. Qardh Beragun Emas BRISyariah iB (Gadai)

Gadai BRISyariah iB hadir untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman dan sesuai syariah untuk ketentraman Anda¹¹

j. KKB BRISyariah iB

Produk KKB BRISyariah iB adalah produk yang melayani nasabah yang ingin memiliki kendaraan dengan akad *Murabahah* yaitu dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh Bank dan Nasabah (fixed margin)¹²

k. KPR BRISyariah iB

Pembiayaan Kepemilikan Rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip

⁹<http://www.brisyariah.co.id/?q=giro-brisyariah-ib> diakses hari kamis,27 oktober 2016

¹⁰<http://www.brisyariah.co.id/?q=deposito-brisyariah-ib> diakses hari kamis,27 oktober 2016

¹¹<http://www.brisyariah.co.id/?q=qardh-beragun-emas-brisyariah-ib-dh-gadai> diakses hari kamis,27 oktober 2016

¹²<http://www.brisyariah.co.id/?q=kkb-brisyariah-ib> diakses hari kamis,27 oktober 2016

jual beli (*Murabahah*) atau prinsip sewa menyewa (*Ijarah*) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan¹³

1. KMG BRISyariah iB

Salah satu produk untuk memenuhi kebutuhan karyawan khususnya karyawan dari perusahaan yang bekerjasama dengan PT. Bank BRISyariah dalam Program Kesejahteraan Karyawan (EmBP), dimana produk ini dipergunakan untuk berbagai keperluan karyawan dan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas karyawan Program Kesejahteraan Karyawan (EmBP)¹⁴

m. Pembiayaan Umrah BRISyariah iB

Setiap muslim pasti merindukan *Baitullah*, sempurnakan kerinduan Anda pada *Baitullah* dengan ibadah Umrah. Pembiayaan Umrah BRISyariah iB kini hadir membantu anda untuk menyempurnakan niat Anda beribadah dan berziarah ke *Baitullah*. Produk ini memakai akad *ijarah* Multijasa.¹⁵

A. Penyajian data

Data yang disajikan pada bab ini akan diuraikan secara deskriptif yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah yaitu 1 orang staf pemasaran. Agar lebih terarahnya penyajian data ini, maka penulis akan mengemukakan data berdasarkan pokok-pokok bahasan, yaitu sebagai berikut:

¹³<http://www.brisyariah.co.id/?q=kpr-brisyariah-ib> diakses hari kamis,27 oktober 2016

¹⁴ <http://www.brisyariah.co.id/?q=kmg-brisyariah-ib> diakses hari kamis,27 oktober 2016

¹⁵ <http://www.brisyariah.co.id/?q=pembiayaan-umrah-brisyariah-ib> diakses hari kamis,27 oktober 2016

1. Strategi yang diterapkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam memasarkan produknya

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf pemasaran PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah pada tanggal 6 Desember 2016 di kantor PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, di ketahui bahwa Strategi yang di terapkan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah meliputi pendekatan secara langsung seperti melihat kebutuhan konsumen dengan cara mengajak berbincang-bincang sekitar perkembangan usaha yang nasabah jalankan dan biasanya nasabah mulai membuka apa kebutuhan yang mau direncanakan kedepan. Baik itu bersifat pinjaman untuk mengembangkan usaha dengan tujuan modal kerja atau investasi misalnya membeli mobil guna kelancaran uasaha dan lain-lain.

Cara PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam menjalankan strateginya ialah dengan cara pendekatan secara langsung, pendekatan dengan menggunakan media social serta promosi atau *open table* pada acara yang diadakan pihak swasta maupun pemerintah.

Cara lain yang digunakan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah untuk memasarkan produk kepada nasabah adalah dengan memperkenalkan produk produk yang ada di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, seperti tabungan faedah, tabungan haji, pembiayaan dan lain-lain, dengan cara menjelaskan keunggulan keunggulan dari produk PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, namun tidak menjelekkkan produk Bank yang lain.

2. Kendala yang Dialami oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam Memasarkan Produk-produknya

a) Kendala PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam pemasaran produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf pemasaran PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah pada tanggal 6 Desember 2016 di kantor PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, di dapatkan bahwa kendala PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam pemasaran dengan terdapat pada margin pembiayaan untuk KPR. PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah memiliki margin pembiayaan yang relatif lebih tinggi pada produk pembiayaan KPR dari Bank pesaing lain dan yang juga menjadi kendala bagi pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah ialah terletak pada karyawan dan staf PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah. Para pekerja Bank diuntut untuk melayani nasabah secara optimal. Apabila unsur *personal approach* itu berjalan dengan baik dengan personal personal yang mau dan mempunyai tujuan yang baik untuk pengembangan Bank itu sendiri tentunya Bank itu sendiri akan maju.

b) Kendala yang paling sulit untuk di atasi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf pemasaran PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah pada tanggal 6 Desember 2016 di kantor PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, di dapatkan bahwa kendala paling sulit untuk di atasi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam persaingan dengan Bank lain adalah terletak pada karyawan dan staf PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah. Ciri bisnis Bank adalah dominannya unsur *personal approach*, baik dari jajaran *front office*, *back office*

sampai tingkat manajerial. Para pekerja Bank diuntut untuk melayani nasabah secara optimal.

Apabila unsur *personal approach* itu berjalan dengan baik dengan personal personal yang mau dan mempunyai tujuan yang baik untuk pengembangan Bank itu sendiri tentunya Bank itu sendiri akan maju.

c) Solusi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah untuk mengatasi kendala yang muncul dalam pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf pemasaran PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah pada tanggal 6 Desember 2016 di kantor PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, di ketahui bahwa solusi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah untuk mengatasi kendala yang muncul dalam persaingan adalah dengan cara PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah harus tanggap dan mengetahui apa saja layanan yang menjadi kebutuhan nasabah di Pasar Baru, selain itu faktor personal dalam Bank itu sendiri harus menjadi tenaga-tenaga pemasar yang handal dan produktif yang terus diberikan pengetahuan dan bekal yang mumpuni agar dapat melawan persaingan yang ada.

B. Analisis Data

Setelah data diolah dan disajikan baik dalam bentuk penjelasan dan uraian, maka langkah selanjutnya yang penulis lakukan adalah menganalisis data tersebut sehingga dapat diperoleh hasil yang sesuai dari setiap data yang disajikan dalam penelitian ini. Penulis mengemukakan berdasarkan uraian penyajian data terdahulu dengan analisis deskriptif kualitatif, sebagai berikut:

1. Strategi yang Diterapkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam Memasarkan Produknya

Kita ketahui dari landasan teori bahwa strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Manajemen strategis juga merupakan suatu proses untuk menempatkan posisi organisasi pada tempat strategis agar perkembangannya senantiasa memperoleh keuntungan atau kemakmuran, di bawah ini peneliti menjabarkan beberapa strategi menjalankan dan juga menggunakan strategi itu pada PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin. Strategi PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin dalam memasarkan produk di Pasar Baru

Bank Syariah memerlukan strategi dalam pencapaian tujuan. Secara definitif maka strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi.¹⁶ Dalam rangka pencapaian tujuan dalam hal memperoleh nasabah pengguna produk, maka PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin melakukan strategi pemasaran yang dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam hal strategi yang digunakan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin cukup bagus, hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah dari tahun 2013-2016 sebesar 45 %, cara pendekatan yang dilaksanakan ialah pendekatan secara langsung seperti melihat kebutuhan konsumen dengan cara mengajak berbincang-bincang dengan nasabah, dengan masalah perkembangan usaha yang nasabah jalankan dan biasanya

¹⁶ T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2011), hlm.86

nasabah mulai membuka apa kebutuhan yang mau direncanakan kedepan. Baik itu bersifat pinjaman untuk mengembangkan usaha dengan tujuan modal kerja atau investasi misalnya membeli mobil guna kelancaran usaha dan lain-lain. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa pemakaian strategi ini sudah sangat baik.

Pemasaran merupakan proses sosial yang dengan proses situ individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai pihak lain.¹⁷ Maka dengan demikian, apa yang telah dilaksanakan oleh PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin dengan strategi yang digunakan telah menunjukkan sebuah proses sosial yang berbentuk pendekatan langsung kepada masyarakat.

- a) Cara PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin dalam menjalankan strategi

Berdasarkan hasil penyajian data di atas didapatkan bahwasanya untuk menjalankan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin dalam memasarkan produk di Pasar Baru cukup bagus hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin sebesar 45% dari tahun 2013-2016, pendekatan yang dilakukan oleh PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin yaitu dengan cara menggunakan media sosial atau promosi atau *open table* pada acara yang diadakan pihak swasta maupun pemerintah dikarenakan dilihat dari keadaan atau tempat yaitu adalah

¹⁷ Philip Kotler, alih bahasa Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2005), hlm.10

pasar banyak setia harinya orang datang kesana itu sangat strategis dalam menjalankan strategi tersebut.

- b) Cara yang di gunakan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin untuk memasarkan produk kepada nasabah

Adapun cara yang digunakan dari hasil wawancara dipenyajian data cukup bagus dikarenakan dengan cara media sosial, meggunakan event-event serta kesempatan pada tiap acara dan lebih bagusnya yaitu dengan pendekatan-pendekatan langsung seperti berkomunikasi langsung kepada nasabah berbicara tentang hal-hal yang terkait dengan produk dan memperkenalkan produk-produk yang ada pada BRIS KCP Pasar baru

2. Kendala yang Dialami oleh PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin dalam Memasaarkan Produk-produknya

- a) Kendala BRIS KCP Pasar Baru dalam bersaing dengan Bank pesaing lain

Setiap Bank baik itu Bank Konvensional maupun Bank Syariah pasti mempunyai hambatan untuk persaingannya masing-masing karena tidak semua Bank sempurna pasti ada kekurangan akan tetapi mereka terus berkembang untuk memajukan atau megembangkan Bank mereka sendiri.

Berdasarkan pada penyajian data di atas didapatkan bahwa kendala yang dialami PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin dalam bersaing dengan Bank pesaing lain yaitu pada margin pembiayaan. Hal tersebut dapat dilihat dari selisih margin yang ada di PT Bank Rakyat

Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin dengan pesaing bank lain lebih tinggi. Kendala kedua terletak pada pihak karyawan dan staf yang tidak optimal dalam melayani nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin. Kendala yang paling sulit untuk di atasi PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin dalam persaingan dengan Bank lain

Adapun dari segi penanganan yang paling sulit dalam kendala untuk persaingan antar Bank ini ialah pada *personalnya* sendiri yaitu pada karyawan dan stafnya ini sangat mempengaruhi dalam peningkatan nasabah juga perkembangan dan kemajuan Bank itu sendiri

Pada hal ini peneliti memang melihat kurangnya pelayanan pada setiap karyawan serta stafnya seharusnya lebih mengoptimalkan pelayanan serta kenyamanan nasabah.

b) Perkembangan jumlah nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin dari tahun 2013 sampai 2016

Dari data yang didapat bahwasanya untuk peningkatan jumlah nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin dari tahun 2013 sampai 2016 ternyata selalu meningkat tiap tahunnya meningkat dengan persentase penambahan nasabah 45% pertahun jadi dapat diambil kesimpulan bahwasanya PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Pasar Baru Banjarmasin sudah sangat baik dan berhasil karena tiap tahunnya terus meningkat .