

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Identitas Informan

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh penulis pada tanggal 16 November – 16 Desember 2016 dengan cara wawancara dan dokumenter penulis mendapatkan data-data yang berhubungan dengan Strategi Pemasaran Produk Jaminan Pembiayaan Syariah (Studi pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah) dengan 1 orang informan. Adapun informan yang dimaksud yaitu Kepala Perwakilan Kantor Cabang Banjarmasin PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Maka hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Identitas Informan

Nama	:	Devi Wahyudi. S.Kom
TTL	:	Cianjur, 08 Februari 1990
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
Pendidikan Terakhir	:	S1 (Sarjana)
Jabatan	:	Kepala Perwakilan Cabang Banjarmasin
Lama Kerja	:	2 (dua) tahun
Alamat	:	Jl. Manarap Tengah Komplek Simp. Citra Manarap rt. 006 Kab. Banjar.

2. Strategi Pemasaran Produk Jaminan Pembiayaan Syariah (Studi pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah).

a. Strategi Product (produk)

PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah menawarkan berbagai macam produk pembiayaan yang variatif yang sesuai dengan permintaan pihak perbankan syariah, di antara yaitu produk Kafalah pembiayaan, Kafalah Transaksi Perdagangan, dan Kafalah Bank Garansi. Dalam penentuan produk PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah memperhatikan aspirasi dan informasi dari lembaga perbankan syariah, artinya menyesuaikan produk yang dikeluarkan oleh perbankan syariah, sehingga pihak Askrindo Syariah mengikuti produk yang dikeluarkan oleh pihak perbankan, akan tetapi produk pembiayaan tersebut harus sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak Askrindo Syariah pusat.

Strategi pemasaran produk, PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah mendatangi langsung ke pihak perbankan syariah untuk melakukan sosialisasi produk pembiayaan yang akan di jamin. Dalam pemberian jaminan terlebih dulu pihak PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah akan menyertakan berkas PKS (Perjanjian kerja sama) yang mana ini akan di setujui oleh kedua belah pihak yang dikeluarkan oleh kantor pusat, sehingga cabang banjarmasin langsung memproses jaminan pembiayaan nasabah perbankan syariah yang melakukan pembiayaan.

Segi produk pihak nasabah tidak langsung melakukan pembiayaan ke PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah, akan tetapi mekanismenya pihak perbankan syariah yang menjaminan nasabahnya tersebut ke pihak Askrindo Syariah. Terkait dalam hal tersebut, dalam pembiayaan ini tidak langsung ke pihak nasabah istilahnya langsung ke pihak perbankan syariah yang terkait, sehingga dalam mempromosikan produk pembiayaan tidak menggunakan media televisi melainkan melalui Sponsor ship. Dalam pemasaran produk PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah tidak menggunakan pemasaran seperti perusahaan pembiayaan lainnya yang secara umum, karena sudah ada berkas PKS (perjanjian kerja sama) yang sudah di sepakati dan di setujui kedua belah pihak. Produk Pembiayaan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah ini tidak berbentuk fisik dan barang, melainkan dalam bentuk jasa pemberian penjaminan pembiayaan syariah sehingga tidak perlu di iklankan, sehingga disini langsung ke pihak perbankan syariah.

Secara pendekatan pastinya dilakukan ke pihak perbankan syariah, karena asuransi syariah atau penjaminan syariah yang ada di Kalimantan selatan maupun seluruh Indonesia tidak hanya PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah, banyak juga perusahaan penjaminan pembiayaan syariah yang hampir sama dengan Askrindo Syariah. Sehingga dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah yaitu dengan cara kunjungan

ke lembaga perbankan syariah serta mensupport / mendukung kegiatan pihak-pihak perbankan.

b. Strategi Price (harga)

Penentuan harga untuk produk pembiayaan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah di tentukan oleh kantor pusat bagian Aktuaria (Bagian Perhitungan). Dalam harga, PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah dilakukan dengan cara kompotitip artinya kompotitip dengan apa yang di cover, serta telah di monitoring oleh Dewan Syariah sehingga mempunyai patukan perihal harga terendah dan yang tertinggi dalam menentukan harga dalam suatu produk penjaminan pembiayaan syariah tersebut. Selain di monitoring oleh Dewan Syariah, PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah mempunyai pegawai yang berkompetensi terkait perhitungan red tersebut yaitu bagian Aktuaria / Aktuaris. Misalkan dalam pemberian penjaminan, apabila hanya mengcover wanprestasi (macet), maka jumlah red nya akan rendah, akan tetapi apabila pihak perbankan syariah ingin mengcover wanprestasi (macet), Jiwa dan PHK serta gangguan usaha, maka itu akan mengakibatkan rednya lebih tinggi lagi.

Perbankan syariah yang pasti mempunyai banyak perbedaan dalam penetapan dari segi harga yang ditawarkan, serta ujah (upah) yang akan di dapatkan pihak perbankan syariah dan PT. Jaminan

Pembiayaan Askrindo Syariah, sehingga ditetapkanlah PKS (perjanjian kerja sama) sebagai patukan dalam penentuan ujarah (upah).

c. Strategi Promotion (promosi)

Strategi promosinya, PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah memiliki berbagai macam cara promosi yang dilakukan, di antaranya melakukan promosi dalam kegiatan OJK (Otoritas Jasa Keuangan), kegiatan perbankan syariah dalam memberikan bantuan diberbagai hal diantaranya hadir dalam forum-forum kegiatan Perbankan Syariah dan ikut mensupport kegiatan perbankan syariah seperti memberikan bantuan berupa baliho sehingga tertera logo Askrindo Syariah dan ikut handil dalam kegitanan tersebut, serta membangun stand untuk kegiatan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah, sehingga sedikit banyaknya masyarakat mengetahui akan keberadaan Askrindo Syariah. Hal ini merupakan salah satu media promosi yang dilakukan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah.

d. Strategi Place/Distribusi (Tempat)

Penentuan lokasi yang strategis, dapat menjangkau populasi yang luas, dan memudahkan lembaga perbankan syariah dalam mengunjungi perusahaan Askrindo syariah ataupun sebaliknya. Ini menjadi pertimbangan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah dalam menentukan lokasi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari segi letak PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah yang berada persis di

samping jalan raya utama kota Banjarmasin, yakni di Jl. Jenderal Ahmad Yani Km. 6.9 No. 2, Provinsi Kalimantan Selatan. 70235.

Dengan lokasi yang strategis memudahkan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah melakukan kegiatan distribusinya. Akan tetapi bagian marketing yang saat ini dipegang langsung oleh bapak Devi Wahyudi selaku kepala perwakilan cabang Banjarmasin yang langsung melakukan kegiatan pemasarannya.

3. Kendala yang dihadapi PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk pembiayaan.

- a. Produk (*Product*)

Setiap perusahaan memiliki hambatan dalam memasarkan produk pembiayaan. Hambatan dalam sosialisasi mungkin kurang ada, akan tetapi dalam mengakses pembiayaan atas nasabah yang melakukan pembiayaan di perbankan syariah yang permintaan nasabah tersebut red (harga) nya rendah, red nya tidak masuk/ tidak sesuai dengan persyaratan yg telah di tentukan dalam PKS (perjanjian kerja sama). Misalkan dalam PKS waktu pembiayaan nya diberikan 10 tahun akan tetapi pihak nasabah bank menginginkan 15 tahun, itu termasuk hambatan, akan tetapi bisa di atasi dengan menggunakan pola CBC. Pola CBC (cash by cash) adalah mekanisme penjaminan dilaksanakan melalui proses analisa penjaminan oleh kafil dan kafil berhak untuk menyetujui atau menolak pengajuan penjaminan atas pembiayaan yang akan disalurkan oleh Makful Lahu. Terkait rednya,

ini dapat dilakukan dengan cara negosiasi ulang ke perbankan syariah atas nasabah dengan di kurangi cover red nya, sehingga tidak di cover secara keseluruhan.

b. Harga (*Price*)

Setiap perusahaan memiliki hambatan dalam memasarkan produk pembiayaan. Dalam hambatan memasarkan produk pembiayaan dari segi harga, mungkin adanya perusahaan sejenis yang memberikan penjaminan pembiayaan dengan red yang lebih rendah dibandingkan oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah, karena pihak Askrindo Syariah sendiri tidak mengetahui harga red perusahaan pembiayaan yang lain, apakah memberikan red lebih rendah atau malah lebih tinggi.

Mengatasi hal tersebut PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah dengan menggunakan cara meningkatkan dari segi pelayanan dan asset data nasabah perbankan syariah lebih cepat dibandingkan perusahaan lain dengan memberikan pelayanan yang lebih baik, sehingga akan lebih unggul dari perusahaan penjaminan pembiayaan lain.

c. Strategi Promotion (promosi)

Setiap perusahaan memiliki hambatan dalam memasarkan produk pembiayaan. Hambatan dari segi promosi yaitu sebagian promosi yang masih terpusat seperti kegiatan-kegiatan besar diantaranya pembukaan stand, donor darah, futsal kompetisi dan lain

sebagainya, yang merupakan kegiatan promosi yang dilakukan di kantor pusat dikarenakan di kantor cabang untuk jumlah karyawan kurang memadai sehingga tidak memungkinkan untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Meskipun kegiatan besar terfokus di kantor pusat, dalam hal tersebut setiap cabang akan ikut serta melibatkan diri dalam kegiatan Askrindo Syariah di kantor pusat tersebut.

d. Strategi Place/Distribusi (Tempat)

Masalah tempat, PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah hanya memiliki satu kantor cabang di wilayah Banjarmasin, dan juga ini merupakan kendala bagi Askrindo Syariah dalam memasarkan produk penjaminan pembiayaan dikarenakan hanya ada satu kantor dan satu orang kepala cabang perwakilan.

Selain faktor kantor yang hanya ada satu di Banjarmasin kendala lain yang dihadapi PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah yaitu

- (1) Kurangnya karyawan yang ada di kantor cabang Banjarmasin.
- (2) Hambatan jarak untuk wilayah Kalimantan, yang mana wilayah Kalimantan cukup luas sampai wilayah Batulicin – Tanjung.

Solusi dalam menyelesaikan kendala tersebut yang dilakukan oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin diantaranya yaitu :

- (1) Berkomunikasi melalui via handphone dan sosial media dalam melaksanakan kerjasama dengan pihak perbankan syariah.

- (2) Berkunjung ke lembaga Perbankan Syariah di wilayah Banjarmasin Kalimantan Selatan.
- (3) Perihal personil tidak bisa diganggu gugat karena itu merupakan keputusan dari kantor pusat, jadi yang dapat dilakukan oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo syariah Kantor cabang Banjarmasin yaitu manajemen waktu secara maksimal antara operasional di kantor dengan kegiatan di luar dan tetap memberikan pelayanan yang baik kepada pihak perbankan syariah.

B. Analisis Data

1. Analisis Strategi Pemasaran Produk Jaminan Pembiayaan Syariah (Studi pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah).

Berdasarkan informasi yang didapat penulis pada saat melakukan penelitian melalui wawancara dan studi dokumenter maka diperoleh hasil-hasil temuan yang berhubungan dengan Strategi Pemasaran Produk Jaminan Pembiayaan Syariah (Studi pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah).

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah merupakan anak perusahaan PT (Persero) Asuransi Kredit Indonesia, 99,9% milik negara, yang bergerak di bidang penjaminan pembiayaan dan usaha lainnya yang berbasis syariah. Meliputi pembiayaan untuk sektor mikro, kecil, menengah dan komersial yang

berbasis syariah untuk tujuan produktif, konsumtif maupun project financing (komersial), baik yang bersifat tunai maupun tidak tunai.

PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo syariah memiliki landasan hukum Pendirian yang diperkuat dengan landasan sejumlah peraturan perundang-undang yang terkait serta fatwa organisasi Islam, diantaranya:

- a. Akta Pendirian Perusahaan No. 45 pada tanggal 29 November 2012 oleh Notaris Hadijah, SH., Mkn.
- b. Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor : AHU-65647.AH.01.02. Tahun 2012 tentang Persetujuan Perubahan Anggaran Dasar Perseroan.
- c. Keputusan Menteri Keuangan (BAPEPAM-LK) Nomor : KEP-777/KM-10/2012 Tentang pemberian izin usaha perusahaan penjaminan kepada PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah.
- d. Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 74/DSN-MUI/I/2009.
- e. Surat Pernyataan Kesesuaian Syariah dari Dewan Syariah Nasional MUI Nomor : B-011/DSN-MUI/I/2012.

Produk penjaminan pembiayaan syariah yang diberikan oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah menggunakan sistem Kafalah yaitu akad pemberian jaminan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain, dimana pemberi jaminan (*kafil*) bertanggung jawab atas pembayaran kembali utang yang menjadi hak penerima jaminan (*makful*). Akad penjaminan akan diberikan oleh penganggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung (*makful*)

'*anhu*). Mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.¹ Pada dasarnya akad kafalah merupakan bentuk pertanggungan yang biasa dijalankan oleh perusahaan.²

Pemasaran produk pembiayaan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah, yang mana pihak perbankan syariah menjaminkan atas nasabahnya untuk melakukan penjaminan pembiayaan kepada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo syariah, pihak perbankan khawatir akan keterlambatan atau terjadinya wanprestasi (macet) bayar nasabah perbankan syariah yang melakukan pembiayaan ke perbankan syariah karena ini akan berdampak pada kesehatan perbankan syariah itu sendiri. Apabila nasabah tidak membayar pembiayaannya maka akan mengakibatkan perputaran uang yang dikelola pihak perbankan syariah jadi tidak stabil, mengakibatkan terjadinya wanprestasi (macet) pembayaran atas nasabah tersebut. Sehingga pihak perbankan syariah menjaminkan nasabahnya tersebut tanpa sepengetahuan nasabah. Kenapa demikian, untuk mencegah terjadinya kesalahan pemahaman atas nasabah tersebut, karena nasabah akan berpikiran dirinya telah dijamin sehingga ia akan lalai membayar tanggungjawab nya tersebut.

¹ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010). hlm. 376

² Ilham, *Pengertian Al-Kafalah Guaranty* di akses di <http://fileperbankansyariah.blogspot.co.id/2011/04/pengertian-al-kafalah-guaranty.html> pada 23 Desember 2016, Jam 10:44 WITA.

Pemasaran pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor cabang Banjarmasin harus dilakukan dengan sebaik mungkin, agar dapat bersaing dengan perusahaan penjaminan pembiayaan syariah yang memiliki produk yang serupa. Agar dapat bertahan di tengah maraknya persaingan antar perusahaan penjaminan pembiayaan syariah, PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah harus memiliki strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya.

PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin untuk jumlah karyawannya hanya ada 1 orang yaitu Kepala perwakilan kantor cabang Banjarmasin Bapak Devi Wahyudi, S.Kom yang bertanggungjawab mengelola seluruh kegiatan perusahaan untuk kantor cabang Banjarmasin.

Pemasaran pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah memiliki berbagai macam produk, setiap produk yang dikeluarkan akan memperhatikan kebutuhan pihak perbankan syariah. Sehingga pihak PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah akan menyesuaikan produk yang diminta oleh perbankan syariah dengan ketentuan-ketentuan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang tercantum dalam PKS (Perjanjian Kerja Sama). Secara umum produk penjaminan pembiayaan pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah diantaranya Kafalah Pembiayaan, Kafalah Transaksi Perdagangan, dan Kafalah Bank Garansi.

Keunggulan ataupun kelebihan produk pada PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin sangat

berpengaruh terhadap pemasaran produk penjaminan pemasaran dalam memberikan pelayanan yang baik serta proses yang cepat, akan sangat berpengaruh dalam kelangsungan nasib suatu perusahaan. Agar perusahaan dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, selain memperhatikan keunggulan dan kelebihan suatu produk, perusahaan juga harus memiliki segmentasi, target pemasaran dan *positioning*.

Segmentasi pasar perlu dilakukan karena pada umumnya pasar untuk suatu produk atau jasa mempunyai banyak perbedaan terutama pada kebutuhan, keinginan dan daya beli. Dengan melakukan segmentasi pasar, perusahaan akan lebih mudah melayani berbagai kebutuhan dan keinginan pasar tersebut. Selain itu segmentasi perlu dilakukan disebabkan di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya.³ Setelah itu target pemasaran adalah proses penyeleksian produk baik barang maupun jasa atau pelayanan terbaik sehingga benar-benar berada pada posisi terbaik guna mencapai keberhasilan perusahaan.⁴ Terakhir *positioning*, ini merupakan suatu hal yang sangat penting dikarenakan: (a) produk atau perusahaan yang baru tidak dapat bersaing langsung dengan perusahaan yang sudah memiliki posisi yang terbentuk kuat. *Positioning* memberi jalan untuk dapat bersaing di sekelilingnya, di bawahnya atau di atasnya, tetapi tidak secara langsung. (b) dalam penempatan, nama perusahaan atau produk adalah sesuatu yang penting,

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Pemasaran Strategik pada Asuransi Syariah*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015). hlm. 83.

⁴ M. Nur Rianto Al- Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 96.

apabila nama perusahaan kurang sesuai bagi produk baru yang ingin dijual, ciptakan nama perusahaan baru dan posisi yang baru.⁵

Strategi pemasaran adalah cara atau langkah-langkah dalam melakukan penjualan 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.

Salah satu cara utama mendiferensasikan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan sasaran.⁶

Melalui sebuah pemasaran, perusahaan penjaminan pembiayaan dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada perbankan syariah, 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. Disamping 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

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Op.cit.*, hlm. 114.

⁶ Philip Kotler, et.al., *Marketing Management*, diterjemahkan oleh Hendra Teguh & Ronny A. Rusli dengan judul, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi, 1997). hlm. 91.

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).

Prinsip-prinsip bagi syariah marketer dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran diantaranya Memiliki kepribadian spiritual (takwa), Berperilaku baik dan simpatik (Shidq), Berlaku adil dalam bisnis (al-'adl), Bersikap melayani dan rendah hati (khidmah), Menepati janji dan tidak curang, Jujur dan terpercaya (al-amanah), Tidak suka berburuk sangka (su'uzh-zhann), Tidak suka menjelek-jelekkan (ghibah), dan Tidak melakukan sogok/suap (risywah)

Salah satu sifat teladan dari Rasulullah Saw. yang sangat berpengaruh dalam perusahaan penjaminan pembiayaan syariah adalah amanah (tanggung jawab) ini juga termasuk dalam etika pemasaran Islam. Pemasaran syariah harus bertanggung jawab terhadap segala sesuatu yang dilakukannya, khususnya yang berhubungan dengan penjaminan pembiayaan yaitu memberikan penjaminan pembiayaan terhadap nasabah perbankan syariah dalam mengelola uang pinjaman. Hal ini termasuk dalam nilai budaya perusahaan PT. Jaminan Pembiayaan Askrido Syariah

yaitu Amanah : Menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran yang hakiki dalam menjalankan tanggungjawab pekerjaan dan berperilaku secara terpuji.

Dalil al-Qur'an yang menjelaskan tentang amanah yang terdapat dalam Q.S. an-Nisā 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.” (QS. an-Nisā/4:58).⁷

Dalil lain yang menjelaskan tentang amanah :

أَمِنْ بَعْضِكُمْ بَعْضًا فَلَئِنَّ الَّذِي أُوْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلَيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ..... ﴿٢٨٣﴾

“.....jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya.....” (QS. al-Baqarāh : 2/283).⁸

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 PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Intermedia, 1993). hlm. 128.

⁸ *Ibid.*, hlm. 71.

Kantor Cabang Banjarmasin, dalam menjalankan strategi pemasarannya serta perlu meneladani sifat-sifat teladan Rasulullah Saw.

Adapun strategi pemasaran produk jaminan pembiayaan syariah yang dilakukan oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan Produk penjaminan sesuai kebutuhan pihak perbankan syariah.
- b. Selalu melakukan kunjungan dan sosialisasi ke pihak perbankan syariah.
- c. Hadir dalam forum-forum kegiatan perbankan syariah dalam rangka promosi.
- d. Bekerjasama dengan pihak agen dalam memasarkan produk penjaminan pembiayaan syariah di wilayah kalimantan selatan.
- e. Memberikan pelayanan yang baik, mudah dan cepat serta ikut mensupport kegiatan pihak perbankan syariah.

Strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin khususnya operasional pemasaran sampai saat ini dapat menarik nasabah dari pihak perbankan syariah dari tahun ketahun jumlahnya semakin meningkat. Sejak awal berjalan perusahaan pada tahun 2013 hingga sampai sekarang. Perusahaan ini mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Hal ini membuktikan bahwa strategi pemasaran PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin sudah berjalan dengan

cukup baik. Dalam pemasarannya Askrimdo Syariah bukan hanya sekedar menjual produk jasa penjaminan pembiayaan syariah untuk mendapatkan keuntungan, tapi juga memperhatikan kebutuhan dan aspirasi pihak perbankan syariah atas nasabahnya yang sangat diperlukan oleh pihak perbankan syariah.

Salah satu teori pemasaran menyatakan bahwa Pemasaran ialah sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.⁹ Strategi pemasaran PT. Jaminan Pembiayaan Askrimdo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin sudah sesuai dengan teori pemasaran tersebut.

Strategi-strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrimdo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk pembiayaan dihubungkan dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) maka strategi-strategi itu merupakan bagian dari *marketing mix*. Pada *marketing mix*, pemasaran yang dilakukan meliputi strategi produk, strategi harga, strategi distribusi/lokasi, dan strategi promosi.

Strategi produk yang digunakan oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrimdo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah bahwa Askrimdo Syariah menawarkan berbagai macam produk penjaminan pembiayaan syariah yang variatif yang sesuai dengan permintaan pihak perbankan

⁹ *Ibid.*, hlm. 32

syariah, serta memperhatikan aspirasi dan informasi produk yang dikeluarkan oleh perbankan syariah, sehingga pihak Askrindo Syariah mengikuti produk pihak perbankan, akan tetapi produk penjaminan pembiayaan syariah tersebut harus sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak Askrindo Syariah pusat yaitu melalui PKS (perjanjian kerja sama). di antara produk yang dikeluarkan oleh Askrindo Syariah secara umum yaitu produk Kafalah pembiayaan, Kafalah Transaksi Perdagangan, dan Kafalah Bank Garansi.

Menyangkut harga untuk produk penjaminan pembiayaan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin ditentukan oleh kantor pusat bagian Aktuaria (Bagian Perhitungan) serta telah di monitoring oleh Dewan Syariah sehingga mempunyai patukan perihal harga terendah dan yang tertinggi dalam menentukan harga dalam suatu produk penjaminan pembiayaan syariah tersebut. Dalam strategi pemasaran segi harga ada dua pola yaitu *CAC (Conditional Automatic Cover)* dan *CBC (Cash By Cash)*. Pola *CAC* adalah mekanisme penjaminan yang dilaksanakan dengan persetujuan secara otomatis sesuai dengan persetujuan pembiayaan Makful Lahu. Di dalam *CAC* besaran pembiayaan maksimal s.d Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) dengan ketentuan PKS. Sedangkan *CBC* adalah mekanisme penjaminan dilaksanakan melalui proses analisa penjaminan oleh kafil dan kafil berhak untuk menyetujui atau menolak pengajuan penjaminan atas pembiayaan yang akan disalurkan oleh Makful Lahu. Di dalam *CBC* besaran

pembiayaan lebih besar > Rp. 300.000.000,- (lebih dari tiga ratus juta rupiah).

Jika dilihat dari segi lokasi, PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah mendirikan unit atau cabang yang letaknya sangat strategis. Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang berada persis di samping jalan raya utama kota Banjarmasin, yakni Jl. Jenderal Ahmad Yani Km. 6.9 No. 2, Provinsi Kalimantan Selatan. 70235. Dengan lokasi yang strategis memudahkan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah melakukan kegiatan distribusinya serta memudahkan pihak perbankan syariah dalam melakukan penjaminan pembiayaan syariah.

Untuk strategi promosinya, PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah memiliki berbagai macam promosi seperti mengikuti kegiatan OJK (Otoritas Jasa Keuangan), membangun stand, hadir dalam forum-forum kegiatan Perbankan Syariah, mensupport kegiatan perbankan syariah serta ikut terjun kelapangan agar dapat ikut handil dalam kegiatan tersebut.

2. Kendala yang dihadapi PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk pembiayaan.

Pemasaran produk khususnya pada perusahaan penjaminan pembiayaan syariah mengalami persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan penjaminan pembiayaan syariah berlomba-lomba dalam menciptakan pemasaran produknya. Namun tidak semua pemasaran yang dilakukan berjalan dengan lancar. Banyak perusahaan pembiayaan yang

mengalami kesulitan dalam proses pemasarannya. Banyak hambatan dan halangan yang membuat perusahaan pembiayaan mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya.

Persaingan antar perusahaan pembiayaan dalam memasarkan produk merupakan sebuah kendala bagi PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Persaingan yang terjadi bukan hanya antara perusahaan penjaminan pembiayaan syariah saja, namun juga perusahaan penjaminan pembiayaan syariah dengan perusahaan pembiayaan konvensional. Selain itu kelemahan dan kekurangan produk juga menjadi kendala yang cukup berpengaruh terhadap pemasaran produk tersebut.

Kendala yang dihadapi PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk penjaminan pembiayaan syariah diantaranya adalah:

- a. Adanya perusahaan sejenis yang memberikan penjaminan pembiayaan dengan jumlah red (harga) yang rendah di bandingkan Askrindo Syariah.
- b. Kurangnya jumlah karyawan yang ada dikantor Cabang Banjarmasin dan hambatan jarak untuk wilayah Kalimantan, yang mana wilayah Kalimantan cukup luas sampai wilayah batulicin – tanjung.
- c. Sebagian promosi yang masih terpusat, yaitu kegiatan promosi yang dilakukan di kantor pusat dikarenakan di kantor cabang untuk jumlah

karyawan kurang sehingga tidak memungkinkan untuk melaksanakan kegiatan tersebut.

Menurut Bapak Devi Wahyudi, S.Kom selaku kepala perwakilan kantor cabang Banjarmasin, cara yang dapat dilakukan untuk menghadapi kendala-kendala tersebut adalah dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kantor Cabang Banjarmasin di antaranya:

- a. Memberikan pelayanan yang lebih unggul, memberikan kemudahan bagi pihak perbankan syariah dan memberikan proses yang lebih cepat serta lebih mengedepankan kualitas penjaminan.
- b. Perihal personil tidak bisa di ganggu gugat itu merupakan keputusan dari kantor pusat, jadi yang dapat dilakukan oleh PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo syariah Kantor cabang Banjarmasin yaitu memmanagement waktu secara maksimal antara operasional di kantor dengan kegiatan di luar dan tetap memberikan pelayanan yang baik kepada pihak perbankan syariah. Dan untuk menyelesaikan permasalahan jarak yang cukup jauh untuk wilayah Kalimantan selatan, itu dapat dilakukan dengan cara melakukan penjaminan melalui komunikasi langsung baik via handphone dan sosial media serta sesekali berkunjung ke lembaga Perbankan Syariah wilayah kalimantan Selatan.
- c. Meskipun kegiatan besar terpusat di kantor pusat, dalam hal tersebut di cabang akan ikut serta melibatkan diri dalam kegiatan tersebut.

Seperti pembukaan stand, donor darah, futsal kompetisi dan lain sebagainya serta akan ikut terjun kelapangan agar dapat ikut handil dalam kegiatan tersebut.

Banyak pihak perbankan syariah memilih produk penjaminan pembiayaan dengan melihat kelebihan yang dimiliki perusahaan penjaminan, namun sebagian perbankan syariah juga tetap mempertimbangkan kekurangan dari produk penjaminan tersebut.