

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Responden 1

Nama	: Herry Aulia Nur
Umur	: 30 Tahun
Jenis kelamin	: Laki-laki
Jabatan	: Staf Divisi Bisnis Syariah Kantor Pusat
Pendidikan	: S1 Ilmu Ekonomi

Herry adalah salah satu seorang Staf Divisi Bisnis Syariah Pusat tepatnya Kantor Pusat Bank Kalsel di Jalan Lambung Mangkurat No.7 Banjarmasin dan dia sudah 7 tahun bekerja di Bank Kalsel. Herry bertugas sebagai pengelola seluruh bisnis syariah yang ada pada Bank Kalsel serta berperan penting dalam kegiatan pemasaran syariah. Pada produk tabungan simpanan pelajar iB, sebenarnya semua staf bank berperan pada produk ini, namun harus ada yang fokus dan bertanggung jawab atas operasional dan kelangsungan mekanismenya. Produk simpanan pelajar iB ini adalah *plan* dari OJK tahun 2015 untuk semua bank yang ada di Indonesia, salah satunya ialah Bank Kalsel. Pihak OJK memberikan aturan berupa mekanismenya kepada pihak Bank Kalsel dan Bank Kalsel berperan sebagai motor penggerak pengembangan atau yang melakukan *actionnya* atas produk simpanan pelajar iB ini.

Nasabah yang ingin menabung dengan produk simpanan pelajar iB ini bisa langsung datang ke bank kalsel dan juga bisa melalui guru-guru sekolahnya yang sudah terjalin kerja sama antar sekolah dan bank kalsel. Produk ini tidak hanya diperuntukkan untuk nasabah muslim saja, namun nasabah pelajar non muslim pun juga diperbolehkan menabung dengan produk ini. Mereka cukup melengkapi semua persyaratan yang ada, maka jadilah rekening tabungan simpanan pelajar iB. Yang berperan sebagai penggerak produk simpanan pelajar iB ini ialah staff pemasar divisi funding, mereka langsung mendatangi sekolah-sekolah yang belum ada kemitraan dengan bank lain. Pemasar melakukan pendekatan silaturahmi kepada pihak sekolah setelah meminta izin, dan menjelaskan semua visi OJK atas perkembangan anak-anak agar gemar menabung sejak dini. Apabila sekolah menyetujui dan sama-sama visi maka dilakukanlah perjanjian kerjasama (PKS) antar pihak keduanya. Bank dan sekolah sama-sama menyesuaikan dan merundingkan jadwal kunjungan dan pembagian tugas tanggung jawab atas operasional tabungan simpel ini. Setiap minggu produk tabungan ini disetorkan ke bank kalsel melalui guru yang bertanggung jawab atas keuangan sekolah yang biasa disebut Bagian Tata Usaha sekolah. Yang bertanggung jawab mengambil uang simpel ini ialah mobil kas. Operasional tabungan ini bisa langsung jadi tabungan melalui mobil kas yang terjadwalkan keliling ke sekolah-sekolah.

Produk simpel ini juga dibantu oleh dana CSR yaitu dana sosial operasional kegiatan bank kalsel, salah satunya memberikan *reward* kepada nasabah yang prima dari tabungan simpel ini. Bantuan ini dikeluarkan atas

proposal ajuan sekolah yang sudah PKS terhadap produk simpel ini. Sehingga perkembangan produk tabungan ini sangat pesat peningkatannya. Berikut data jumlah nasabah dan keuangan produk tabungan simpanan pelajar iB pada Bank Kalsel:

Tabel 4.1 Data pencapaian target produk Simpanan Pelajar iB. (000)

Data Tabungan Simpanan Pelajar	Nominal	Rekening
Cabang Konvensional	3.379.038	11.328
Cabang Syariah	351.551	1.681
Total	3.730.589	13.009

Sumber: Laporan Data Bank Kalsel, Divisi Bisnis Syariah, (2017)

Tabel 4.2 Data pencapaian target Bank Kalsel Syariah. (000)

Data Tabungan Simpanan Pelajar iB	Nominal	Rekening
Cabang Syariah Banjarmasin	44.926	11.328
Cabang Syariah Kandangan	306.625	1.681

Sumber: Laporan Data Bank Kalsel, Divisi Bisnis Syariah, (2017)

Jumlah sekolah yang sudah terjalin dengan produk ini untuk daerah Banjarmasin saja ada 5 sekolah. Segala sesuatu organisasi pasti melakukan dasar dari manajemen, dan kami pun selalu juga memakainya untuk memanajemen produk ini, sesuai dengan SOP yang ada.

Strategi yang kami lakukan dalam pemasaran produk ini ialah:

- a. Selalu aktif dalam kegiatan sekolah-sekolah
- b. Memasarkannya dari mulut kemulut pendekatan kepada nasabah.

Kendala yang selama ini kami dapatkan ialah:

- a. Penyesuaian jadwal kunjungan bank terhadap sekolah yang tidak bisa rutin dan berganti-ganti jadwal
- b. Jarak sekolah yang jauh tidak bisa rutin dan berkala
- c. Mobil kas dioperasionalkannya secara bergantian dan tidak bisa sepenuhnya.

Perbedaan biaya ATM itu tidak ada, simpanan pelajar iB memang tidak ada biayanya, semua peraturan memang ada di OJK dan langkah-langkah untuk menjalankannya baru kami, kami hanya meneruskan kebijakan dan peraturan OJK. OJK memberikan target pencapaian simpel ini, cara bank untuk mencapai target tersebut ialah dengan cara membagikannya ke cabang-cabang bank kalsel keseluruhan agar beban yang diwajibkan tidak terbeban hanya satu bank pusat serta dengan cara ini bank mudah untuk mencapai target tersebut. Jika tidak tercapai maka setiap bank tersebut akan dievaluasi oleh OJK. Mengapa dan bagaimana solusi kedepannya yang dibantu/diayomi oleh OJK. Keuntungan bank terhadap produk ini sebenarnya sedikit, tetapi Bank bisa mengambil keuntungan produk ini dari jumlah saldo yang ada dengan cara memanfaatkannya kembali dengan usaha lainnya. Pembagian segmentasi pasar dalam pemasaran simpanan pelajar iB ini tidak ada, tapi memang dari standar operasional memang diutamakan yang berbasis Islam.

Upaya kami dalam manajemen produk ini dan setelah adanya kendala tersebut ialah dengan:

- a. Menyusun *planning* yang ada secara rutin, maksudnya selalu melakukan perubahan jadwal secara rutin apabila sekolah tidak bisa dikunjungi
- b. Memaintance semua nasabah dan sekolah-sekolahnya.
- c. Melakukan kunjungan rutin ke sekolah-sekolah
- d. Mensosialisasikan produk simpel iB di berbagai acara *event* daerah
- e. Turut aktif dalam kegiatan sekolah.
- f. *Maintance* waktu yang tidak bisa terjadwalkan dengan cara memundurkan waktu yang sudah terjadwal,

Cara menghadapi pesaing dengan menjaga silaturahmi dan keakraban dengan sekolah-sekolah yang sudah terjalin kerjasama dan memperbanyak kunjungan ke sekolah-sekolah yang belum terjangkau atau belum terjalin silaturahmi.¹

2. Responden 2

Nama : Rinja Bayu Wanda
 Umur : 26 Tahun
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Jabatan : Staf Divisi Pemasaran di KCS Bjm
 Pendidikan : S1 Ilmu Komunikasi

Rinja adalah salah satu seorang Staf Pemasaran Divisi *Funding* Syariah Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

¹ Wawancara dengan Herry Aulia Nur, tanggal 3 Januari 2017 di Bank Kalsel Pusat Banjarmasin.

tepatnya di Jalan S. Parman RT. 14 No. 8 Banjarmasin dan dia sudah bekerja selama 2 tahun. Rinja bertugas sebagai pengelola *funding* pemasaran dan dia bertanggung jawab penuh atas produk tabungan simpanan pelajar iB sendiri di divisi pemasar serta dibantu oleh pelayanan dalam operasionalnya. Bagian *funding* dari divisi pemasaran yang bertanggung jawab penuh atas tabungan simpanan pelajar iB ini hanya 1 orang saja, padahal dari SOP yang ada minimal 2 orang pengelola. Tugas pemasar ialah mencari/menambah dana dan nasabah sedangkan pelayanan juga bertugas untuk memasarkannya, tapi di kantor saja dalam penanganan tabungan simpanan pelajar iB ini. Setelah adanya pemasaran yang sudah dilaksanakan maka divisi pemasarlah yang memanajemen, memaintenance dan mengayomi nasabah tersebut setelah sudah menjadi nasabah.

Produk tabungan simpanan pelajar iB ini ada karena OJK ingin memajukan perekonomian dan pemikiran anak-anak usia dini agar gemar menabung sejak usia dini. Dari sinilah pihak OJK mengeluarkan siaran persnya bahwasanya dari semua bank ditargetkan menjalankannya. Alur dan peran pemasar mensosialisasikan terhadap sekolah yang sudah mendapatkan PKS ialah:

- a. Izin dengan surat tertulis kepada pihak sekolah
- b. Mengumpulkan seluruh siswa sekolah
- c. Mempersentasikan dengan menggunakan media *slide* atau video ke siswa-siswa sekolah, dengan cara ini anak-anak lebih suka dan lebih cepat menangkapnya

- d. Memberikan *reward*/hadiah-hadiah menarik kepada siswa-siswa sekolah agar mereka lebih semangat untuk menabung.

Pelaksanaan kerjasama antara kedua belah pihak antara sekolah dan bank ini dilaksanakan atas dasar persetujuan PKS yaitu perjanjian kerja sama. Produk simpanan pelajar sekarang makin berkembang dengan bukti tabungan rekening yang makin banyak dibuka oleh para siswa Banjarmasin

Sekolah-sekolah yang sudah terjalin dengan produk ini pada Bank Kalsel kantor Cabang Syariah Banjarmasin ialah:

- a. SDIT Ukhuwah Banjarmasin
- b. Lembaga Pendidikan Islam Sabilal Muhtadin
- c. Lembaga Pendidikan Islam Al-Hamid
- d. SDIT Al-Firdaus Banjarmasin
- e. Pondok Pesantren Modern Al-Furqon

Manajemen dalam pemasaran memang menjadi standard evaluasi target marketing untuk kedepannya. Cara memasarkan produk ini yaitu dengan cara:

- a. Memasarkannya lewat media iklan, sosial, koran, radio dan brosur
- b. Datang langsung kesekolah berhadapan tatap muka dengan kepala sekolah/pihak pengasuhnya.

Kendala yang dihadapi ialah:

- a. Dalam menangani produk ini berbeban tanggung jawab hanya kepada 1 orang pemasar, tetapi ini bukan sebagai beban pemasar melainkan tantangan bagi pemasar agar lebih kiat lagi,

- b. Menghadapi persaingan antar bank yang juga memiliki target *marketing* tabungan simpanan pelajar ini(saling kejar kerja sama antar bank lain).
- c. Dalam masalah teknis pihak nasabah, agak rumit dalam pengumpulan data nasabah simpel ini karena data yang dibutuhkan banyak berupa KTP orang tua/wali, akta kelahiran dan kartu keluarga,
- d. Pengumpulan data yang kurang lengkap dan bank harus melengkapinya dengan cara mndatanginya kembali ke sekolah.
- e. Jangkauan sekolah yang jauh dan jadwal kunjungan yang belum pasti yaitu Pondok Pesantren Modern Al-Firdaus.
- f. Kendala waktu dalam pembagian jadwal kunjungan ke sekolah sekolah

Perbedaan biaya ATM itu memang ada, simpanan pelajar iB pada penggunaan ATM ada biayanya, tetapi pada dasarnya semua peraturan memang ada di OJK dan langkah-langkah untuk menjalankannya ialah kami sebagai penggeraknya. Pada himbauan OJK dari pembiayaan ATM untuk produk simpanan pelajar iB ini ialah *free* atau tidak dikenakan biaya, tetapi pihak bank tidak mendapatkan imbalan atas jasa yang kami berikan, oleh karena itu kami kenakan biaya ringan untuk produk simpanan pelajar iB ini. Tetapi pada siaran pers yang baru keluar ini, dijelaskan bahwasanya untuk pembebanan biaya ATM produk simpanan pelajar iB tergantung pada keputusan dan wewenang untuk masing-masing pihak bank itu sendiri.

Pembagian segmentasi pasar antara yang berbasis Islam dan non Islam memang ada, kenapa segmentasi pasar ini ada? Karena antara bank dan nasabah agar supaya fokus, pas dan mengenal apa itu ekonomi keIslaman yang ada pada SOP bank kalsel. Tetapi jika ada nasabah non Muslim datang dan ingin menjadi nasabah simpel iB ini, maka itu tidak masalah dan artinya boleh saja. Arti segmentasi pasar disini sebagai acuan dan landasan dasar syariah dari tabungan simpel iB ini.

Upaya kami dalam manajemen produk ini dan setelah adanya kendala tersebut ialah dengan cara:

- a. Berupaya meningkatkan jumlah nasabah dengan cara memperbanyak sosialisasi dan kerjasama PKS
- b. Memonitoring nasabah dari grafik keaktifan saldo nasabah, jika nasabah mengalami penurunan, dievaluasi kenapa dan solusinya, jika nasabah mengalami peningkatan maka nasabah ini harus dipelihara atau diayomi dengan cara diberikan reward nasabah.
- c. Memperbanyak silaturahmi dan melakukan pendekatan secara psikologis dan selalu memberikan reward supaya anak-anak selalu semangat dalam menabung.
- d. Berupayakan full action terhadap nasabah agar nasabah dan kembaga sekolah-sekolah tertarik dan percaya terhadap bank serta tidak ada lagi kendala operasional maupun teknis ke depannya.

Cara kami dalam menghadapi pesaing yaitu: dengan cara mengayomi sekolah-sekolah yang sudah terjalin PKS, melakukan pendekatan secara

psikologis agar nasabah itu percaya dan memilih bank kita dalam pemasarannya.²

3. Responden 3

Nama : Yuanita Evayanthi
 Umur : 35 Tahun
 Jenis kelamin : Perempuan
 Jabatan : Pemimpin Staf Divisi Pelayanan KCS Bjm
 Pendidikan : S1 Ilmu Ekonomi

Yaya adalah seorang pimpinan Staf Divisi Pelayanan Syariah Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kantor Cabang Syariah Banjarmasin tepatnya di Jalan S. Parman RT. 14 No. 8 Banjarmasin dan dia sudah 8 tahun bekerja di Bank Kalsel. Yaya bertugas memimpin dan mengarahkan seluruh staf pelayanan yang ada, serta berperan penting dalam kegiatan komunikatif antar nasabahnya. Bagian pemasar dan pelayanan adalah tim inti dari produk simpanan pelajar iB ini, kedua divisi ini berkerja sama dalam perkembangan simpanan pelajar iB. Dalam proses awal pemasaran produk ini, tugas pertama yang dilakukan oleh pemasar ialah sebagai memasarkan produk ke berbagai lembaga pendidikan pelajar di Banjarmasin, serta bertugas mengayomi dan memaintenance/memelihara nasabah produk ini. Setelah adanya nasabah, kemudian bagian pelayanan yang bertugas membukukannya sampai menjadi sebuah tabungan simpanan pelajar iB. Peran kami memperbanyak kunjungan

² Wawancara dengan Rinja Bayu Wanda, tanggal 18 Januari 2017 di Bank Kalsel kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

dan persentase agar terjalin PKS. Prosedur awal terjalinnya kerjasama dari pihak bank dan lembaga pendidikan melalui adanya PKS (Perjanjian Kerjasama) sebagai bukti tertulis agar semua kesepakatan keduanya terjalin dengan baik.

Perkembangan produk simpanan pelajar iB semakin tahun semakin meningkat karena banyaknya siswa baru yang bersekolah pada lembaga pendidikan yang sudah PKS. Produk simpel iB ini sudah bekerjasama dengan beberapa sekolah dan yayasan di Banjarmasin, yaitu:

- a. SDIT Ukhuwah Banjarmasin
- b. Lembaga Pendidikan Islam Sabilal Muhtadin
- c. Lembaga Pendidikan Islam Al-Hamid
- d. SDIT Al-Firdaus Banjarmasin
- e. Pondok Pesantren Modern Al-Furqon

POAC kami pasti memakainya, pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan. Strategi pemasaran yang kami lakukan ialah:

- a. Perbanyak menjalin kerja sama dengan semua sekolah, yaitu sekolah yang belum ada simpanan pelajar ataupun sekolah yang belum dijamah oleh bank lain.
- b. Bersosialisasi dengan para pelajar apabila ada *event* pelajar dengan cara membagikan brosur atau persentasikan kepada pelajar.

- c. Perbanyak eksis lewat media sosial, lewat organisasi apapun serta lewat promosi pada intinya.
- d. Mengadakan kunjungan jadwal kesekolah-sekolah yang sudah terjalin hubungan kerjasama antar sekolah dan pihak bank secara rutin, agar bisa memelihara dan memanajemen nasabah tersebut.
- e. Meningkatkan *persentase* produk dan memperbanyak mitra kerjasama antar sekolah.

Adapun kendala yang juga kami hadapi ialah:

- a. Penginputan data nasabah simpanan pelajar iB, karena biasanya data yang disyaratkan tidak lengkap. Produk ini disyaratkan adanya pengampu dari nasabah sebab produk ini merupakan produk dibawah umur dan masih pelajar.
- b. Dalam PKS kerjasama biasanya terkendala karena banyaknya pesaing yang juga sama dalam pemasaran produk ini.
- c. Dalam teknis pembukaan tabungan tidak satu-satu nasabah, karena membutuhkan waktu lama, dan kami biasanya hanya membagikan pendaftaran dalam bentuk serta dikumpulkan dalam satu tempat.
- d. Banyaknya rekening pasif dikarenakan biasanya nasabah semangat mengisi tabungan hanya di awal saja{lebih dari pada 6 bulan tidak diisi sudah termasuk rekening pasif).
- e. Pengelolaan rekening tabungan simpanan pelajar iB ini kami juga terkendala dikarenakan adanya rekening pasif ini, beda dengan rekening aktif yang mudah kami maintance.

Produk simpanan pelajar iB disesuaikan dengan SOP yang sudah ditetapkan dan juga ada targeting masing-masing bank yang berupa sekian dalam setahun atau perbulan. Perbedaan biaya ATM tidak ada, dan kami mengikuti peraturan dan operasional yang diberikan OJK. Dalam pemasaran simpanan pelajar iB memang ada yang namanya pembagian segmentasi pasar, tapi siapapun berhak menabung simpanan pelajar iB di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin ini, walaupun dia tidak berbasis agama Islam. Kami memang memprioritaskan yang beragama Islam dikarenakan bank syariah berbasis nilai-nilai keIslaman

Upaya kami dalam manajemen produk ini dan setelah adanya kendala tersebut ialah dengan cara:

- a. Mengamati jumlah sirkulasi saldo nasabah yang mengalami perkembangan, penurunan dan keburukan dari hasil pembukuan. Setelah melalui tahap ini, dilaporkan kembali ke bagian pemasaran. Bagian pemasaran yang menilai dan memlihara yang mana nasabah aktif serta yang mana nasabah pasif. Nasabah yang mengalami perkembangan, maka bagian pemasar harus melakukan maintance terhadap nasabah tersebut untuk selanjutnya. Nasabah yang mengalami penurunan dari saldo yang dimilikinya, maka pemasar harus mengamati dan mengevaluasi sebab atau solusi untuk selanjutnya.
- b. Selalu memompa nasabahnya agar selalu menabung dan menjadi rekening aktif.

- c. Berusaha melengkapi data yang belum lengkap dengan cara memintanya langsung ke nasabah tersebut.
- d. Selalu meminta dan mengingatkan ke guru-gurunya agar diberikan semangat atau arahan untuk selalu menabung supaya tidak adanya rekening pasif
- e. Memberikan apresiasi ke pelajar yang sangat aktif menabung serta berprestasi dengan sebutan duta simpanan pelajar iB agar bisa memacu pelajar yang lainnya supaya bersemangat kembali, apresiasinya disini berbentuk saldo tabungan ataupun reward yang menarik.
- f. Rajin-rajin memaintenance dan menjalin hubungan sekolah-sekolah
- g. Menjaga komunikasi agar sekolah selalu melaporkan sendiri apa adanya kendala yang dihadapi sekolah terhadap produk ini
- h. Memberikan nilai lebih dengan cara pelayanan yang baik terhadap sekolah.

Cara menghadapi bank-bank pesaing yaitu dengan cara:

- a. Memperluas PKS dengan sekolah-sekolah yang baru, dengan adanya perjanjian ini maka bank lain tidak bisa lagi masuk dan jangka waktu PKS biasanya 5 tahun.
- b. Memperbanyak kunjungan dan persentasi agar terjalin PKS (dengan cara menjelaskan keberadaan kita bagaimana, bahwa kita memiliki satu visi misi dengan sekolah, sama-sama kita memberikan

pendidikan kepada pelajar, kita sama-sama orang Banua karna kita banknya orang Banua).³

4. Responden 4

Nama : Yustiana Mulia Sari
 Umur : 25 Tahun
 Jenis kelamin : Perempuan
 Jabatan : Staf Customer Service KCS Bjm
 Pendidikan : S1 Ilmu Bahasa Inggris

Lia adalah salah satu seorang Staf *Customer Service* Divisi Pelayanan Syariah Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kantor Cabang Syariah Banjarmasin tepatnya di Jalan S. Parman RT. 14 No. 8 Banjarmasin dan dia sudah bekerja selama 4 tahun. Rinja bertugas melayani operasional nasabah di kantor, dan pada produk simpanan pelajar dia juga ikut andil dijadwalkan dalam kunjungan ke sekolah-sekolah bersama staf pemasar. Bagian *funding* dari pemasar cuma 1 orang yang menangani dan menambah jumlah nasabah pada produk simpanan pelajar ini, dan customer service menangani dan memasarkan cuma di kantor saja.

Produk ini karena dari OJK, maka harus ada yang namanya PKS sebagai tanda bukti tertulis bahwa bekerja sama dengan pihak bank dalam memajukan perekonomian dan memberikan sosialisasi pendidikan terhadap anak usia dini.

³ Wawancara dengan Yuanita Evayanthi, tanggal 18 Januari 2017 di Bank Kalsel kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Berikut sekolah dan yayasan di Banjarmasin yang sudah PKS dengan Bank Kaslel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin , yaitu:

- a. SDIT Ukhuwah Banjarmasin
- b. Lembaga Pendidikan Islam Sabilal Muhtadin
- c. Lembaga Pendidikan Islam Al-Hamid
- d. SDIT Al-Firdaus Banjarmasin
- e. Pondok Pesantren Modern Al-Furqon

Cara memasarkan produk ini yaitu dengan cara:

- a. Media radio, Koran, iklan TV dan media internet
- b. Sosialisasi aktif secara langsung, yaitu dengan cara jemput bola kunjungan ke sekolah-sekolah.

Kendala yang dihadapi ialah:

- a. Bagian funding yang menagani produk ini hanya 1 orang
- b. Menghadapi persaingan produk ini dengan bank lain agar nasabah lbh tertarik dan percaya kepada kita.

Pembagian segmentasi pasar memang ada, karena kami syariah serta ini bertujuan agar lebih mengenal bank syariah. Segmentasi pasar dalam dunia bisnis mana aja pasti ada. Tetapi jika memang ada nasabah non Islam, bank tidak melarang untuk menabung pada produk ini, bank cuma mengarahkan dan memfokuskan/memprioritaskan ke segmentasi pasar yang berbasis Islam. Setelah melakukan pemasaran produk, pemasar berupaya untuk memanajemennya, yaitu dengan cara:

- a. Mengamati apakah ada peningkatan pada tabungan nasabah pada sekolah tersebut
- b. Mengevaluasi perkembangan dan sebab penurunan keaktifan nasabah
- c. Mengayomi nasabah yang kurang aktif dengan cara ke sekolah-sekolah langsung untuk *memaintenance* nasabah tersebut.⁴

B. Analisis Data

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan terhadap Bank kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin yang berhasil diwawancarai mengenai judul skripsi penulis, menurut penulis sudah cukup untuk menjawab manajemen pemasaran produk simpanan pelajar iB dan kendalanya pada Bank Kalsel kantor Cabang Syariah Banjarmasin, karena dari responden yang penulis wawancarai merupakan penggerak inti dari produk ini serta mereka sudah memberikan keterangan yang cukup jelas untuk menggambarkan bagaimana segala operasional pemasaran yang dilakukan oleh para staf divisi pemasar. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dan telah ditemukan penyajian data, maka analisis data menjadi pokok pembahasan yaitu menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini:

⁴ Wawancara dengan Yustiana Mulia Sari, tanggal 18 Januari 2017 di Bank Kalsel kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

1. Analisis terhadap upaya manajemen pemasaran produk Simpanan Pelajar IB pada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Manajemen merupakan salah satu ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien agar mencapai suatu tujuan tertentu.⁵ Sedangkan pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajemen dimana individu-individu atau kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran barang dengan pihak lainnya.⁶

Untuk bentuk usaha bisnis diperlukan sebuah upaya manajemen bisnis yang baik, manajemen bisnis bisa dilakukan secara individu dan lebih baiknya lagi secara berkelompok. Ada beberapa hal yang menjadi patokan utama manajemen dalam bisnis, salah satunya ialah manajemen pemasaran. Manajemen bisnis di bidang pemasaran menyangkut segala bentuk perencanaan, bentuk, target serta tujuan dan hasil dari sebuah proses *marketing* atau pemasaran. Penjualan yang meningkat dan upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan target utama dari sebuah manajemen pemasaran.

Tanpa adanya sebuah manajemen pemasaran yang baik, maka sebuah perusahaan akan mengalami kondisi sulit dalam hal pemasukan atau *income* yang diperoleh. Pemasaran memegang peran vital terhadap eksistensi sebuah perusahaan. Produk atau jasa yang kurang bermutu pun akan bisa terjual laris apabila perusahaan memiliki seorang manajer pemasaran yang handal.

⁵ Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan, *loc. cit.*, hlm. 54.

⁶ *Ibid*, hlm. 13.

Kreatifitas dan inovasi perlu dijalankan dalam merancang sebuah manajemen di bidang pemasaran.⁷

Pemasaran bukanlah sekedar perluasan dari penjualan,⁸ kegiatan pemasaran dalam Islam adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah.⁹

Dasar dari seorang pemasar yang melakukan konsep manajemen syariah ialah memandang bahwa tugas merupakan amanah dan tanggung jawab pribadi yang harus ditunaikan sebagaimana mestinya Allah berfirman Q.S. An-Nisa/ 4: 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا أَلْأَمْنَ إِلَى آهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“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.”

Kalimat “amanah” dalam ayat di atas ditafsirkan sebagai tugas publik.

Artinya siapapun yang mendapatkan amanah dari seseorang hendaknya dia wajib menjalankan amanahnya yang dia dapatkan selagi amanah itu baik.

Konsep amanah menuntut bahwa tugas dan tanggung jawab harus diwakilkan

⁷ Raja Persentasi, *Manajemen Bisnis*, <http://rajapresentasi.com/2012/04/bagaimana-cara-mengelola-manajemen-bisnis-secara-efektif/>, (8 Juni 2017).

⁸ Peter F. Drucker, *loc. cit.*, hlm. 6.

⁹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *op. cit.*, hlm. 27.

kepada orang-orang yang berkompeten dan dapat dipercaya. Hal ini senada dengan firman Allah Q.S. Al-Qashas/ 28: 26

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْذِنْهُ لِي بَعَثَ فِي الْأَرْضِ نَفْرًا كَوْنُهُمْ

أَلْأَمِينُ

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya."

Jelaslah penjelasan ayat diatas bahwasanya Allah menginginkan Muslim untuk menjalankan tugas dengan penuh keikhlasan dan berdasarkan kompetensi teknis. Jauh dari tindakan kezaliman, eksploitasi dan komersialisasi jabatan.¹⁰

Setelah penulis melakukan pengumpulan data yang didapat dari sumber data Bank Kalsel kantor Cabang Syariah Banjarmasin, maka ditemukan hal-hal yang menjadikan tantangan dalam memasarkan produk Simpanan Pelajar iB ini, yaitu:

- a. Semakin meningkatnya target yang bank dapatkan dari OJK pertahunnya.

OJK memberikan target pencapaian yang semakin tahun semakin meningkat untuk produk simpanan pelajar iB ini, dikarenakan OJK ingin mencetuskan/membiasakan generasi muda yang paham tentang keuangan

¹⁰ Dr. Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *op. cit.*, hlm. 238-239.

dan mengembangkan posisi produk tabungan simpanan pelajar iB. Maka bank dari sinilah perlu memperbanyak inovatif dalam pemasaran cara, cara bank untuk mencapai target tersebut ialah dengan cara yang pertama mengatur awal penjadwalan seperti sasaran, tempat dan strategi dalam pemasaran untuk tiap bank masing-masing. Yang kedua, membagikannya ke cabang-cabang bank kalsel keseluruhannya, agar beban yang diwajibkan tidak terbeban hanya satu bank pusat, serta dengan cara ini bank mudah untuk mencapai target tersebut. Jika tidak tercapai maka setiap bank tersebut akan dievaluasi oleh OJK. Cara yang mereka lakukan ini merupakan bagian dari fungsi manajemen, yaitu fungsi perencanaan dan pengorganisasian yang baik.

Brend Gordon mengatakan: *Management of processes or systems that create goods and provide service. It encompasses forecasting, capacity planning, scheduling, managing inventories, assuring quality, motivating employees, deciding where to locate facilities, and more.* (Proses manajemen atau sistem yang menciptakan kebaikan-kebaikan dan penyediaan layanan, kapasitas perencanaan, penjadwalan, pengelolaan inventaris, kualitas yang terpercaya, memotivasi karyawan, memutuskan dimana mengalokasikan dan lain-lainnya).¹¹

¹¹ Brent Gordon, *Operations Managements* (Americas, New York: Quebecor World Fairfield, 2002), hlm. 4.

Perencanaan dalam konteks syariah merupakan kunci keberhasilan,¹² perencanaan pemasaran penting ketika menyadari semakin rapuh dan rumitnya lingkungan dimana perusahaan beroperasi. Ratusan faktor internal dan eksternal berinteraksi dalam suatu mekanisme yang mengagumkan untuk mempengaruhi kemampuan kita melayani konsumen dengan memperoleh keuntungan.¹³ Perencanaan ini juga sangat berkaitan dengan hadits Rasulullah Saw. yaitu niat, niat merupakan hal terpenting sebelum mengerjakan sesuatu yang kita inginkan. Hadis yang dimaksud ialah:

عَنْ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَلِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَتَرَوُّهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

“Dari Umar radhiyallahu ‘anh, bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Amal itu tergantung niatnya, dan seseorang hanya mendapatkan sesuai niatnya. Barang siapa yang hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, dan barang siapa yang hijrahnya karena dunia atau karena wanita yang hendak dinikahinya, maka hijrahnya itu sesuai ke mana ia hijrah.” (HR. Bukhari, Muslim, dan empat imam Ahli Hadis)”

Hadis diatas menggambarkan bahwa niat itu ialah keinginan seseorang untuk mengerjakan sesuatu, seseorang mendapatkan pahala atau siksa terhadap amalnya tergantung niatnya. Apabila niatnya baik maka akan diberi pahala, sebaliknya jika tidak baik maka akan mendapat siksa.

¹² Prof. Dr. H. M. Ma'ruf Abdullah, SH, MM, *Manajemen Berbasis Syariah* (Jakarta: Aswaja Pressindo), hlm. 142.

¹³ Budi Wahyono, *Pendidikan Ekonomi*, [http://www.pendidikanekonomi.com /p/contact.html](http://www.pendidikanekonomi.com/p/contact.html), (8 juni 2017).

Pengorganisasian pada suatu manajemen sangat berpengaruh pada tingkat kesuksesan suatu bisnis, yaitu struktur organisasi mencerminkan pengalokasian tugas, wewenang dan tanggung jawab pada tiap cabangnya bank kalsel yang ada dalam suatu organisasi. Bagaimana gambaran struktur organisasi dan manajemen syariah itu dapat dipahami dari firman Allah Swt. yang berbunyi Q.S. Al-An'am/ 6: 165

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ أَلْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ ۚ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ

“Dan Dialah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu amat cepat siksaan-Nya dan sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Ayat diatas dapat dipahami bahwa dalam setiap usaha atau pekerjaan tentu harus memiliki susunan atau kerangka organisasi, agar pekerjaan itu dapat dijalankan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Dengan fungsi perencanaan dan pengorganisasian pada suatu manajemen yang pemasar lakukan pada produk ini. Produk simpanan pelajar iB pada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dengan cara ini sudah berkembang sampai sekarang dengan jumlah 1.681.000 rekening. Ini artinya dengan cara yang mereka lakukan dengan fungsi manajemen ini, berkembang dan sesuai dengan tinjauan ekonomi syariah.

b. Banyaknya bank lain yang mengeluarkan produk tabungan serupa.

Baik bank syariah maupun bank konvensional lain banyak yang mengeluarkan produk tabungan simpanan pelajar, sehingga nasabah memiliki banyak pilihan untuk memilih produk tabungan yang di inginkan. Hal ini merupakan tantangan bagi pemasar untuk menghadapi pesaing bank lain. Pemasar menghadapi bank pesaing dengan cara: menjaga silaturahmi, keakraban dan mengayomi dengan sekolah-sekolah yang sudah terjalin PKS, melakukan pendekatan psikologis agar nasabah itu percaya dan memilih bank kalsel dalam pemasarannya, yaitu dengan cara menjelaskan keberadaan bank kalsel bahwa kita memiliki satu visi misi dengan sekolah, sama-sama memberikan pendidikan kepada pelajar dan sama-sama orang banua karena Bank Kalsel banknya Orang Banua. Hal-hal manajemen pemasaran yang mereka lakukan ini merupakan strategi defensive, meliputi berbagai upaya bank untuk mengurangi berhenti atau berpindahnya pelanggan.¹⁴ Sesuai dengan apa yang dianjurkan oleh syariah Islam, yaitu saling menjaga silaturahmi antar kita sesama manusia, senada dengan firman Allah Swt. Q.S. An-Nisa/ 4: 1 dan hadits Rasulullah Saw..

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيمًا قَرِيبًا

“Hai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhan-mu yang telah menciptakan kamu dari seorang diri, dan dari padanya Allah menciptakan isterinya; dan dari pada keduanya Allah memperkembang biakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan

¹⁴ Triton PB, *loc. cit.*

silaturrahim. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.”

مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَيُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ

“Siapa saja yang ingin diluaskan rezkinya dan dipanjangkan pengaruhnya, maka sambunglah tali persaudaraan” (H.R. Bukhari dan Muslim).

Jelaslah ayat diatas menjelaskan bahwasanya Islam merupakan agama yang sangat memperhatikan hubungan antar sesama manusia. Hal itu digambarkan dengan adanya berbagai syariat tentang hubungan manusia baik yang menyangkut hubungan keluarga maupun masyarakat. Untuk mempererat hubungan antar keluarga, Islam mensyariatkan silaturahmi. Dalam pandangan al-Quran dan hadis, silaturahmi memiliki kedudukan yang sangat penting. Al-Quran menggambarkan bahwa silaturahmi merupakan salahsatu bentuk pelaksanaan ibadah seorang hamba kepada Rabb-nya. Dan hadis melukiskan bahwa orang yang senantiasa silaturahmi akan dipanjangkan umurnya serta diperluas rizkinya.

Selain itu banyak keterangan yang menjelaskan bahwa orang yang memutuskan hubungan silaturahmi tidak akan masuk surga, amalnya tidak akan diterima, serta masih banyak ancaman yang lainnya. Oleh karena itu, sebagai muslim kita harus senantiasa memelihara silaturahmi demi keselamatan dunia akhirat.

Karena itu, bagi Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin harus bisa membidik hati dan jiwa dari para calon konsumennya. Dengan begini, konsumen atau nasabah akan lebih terikat kepada produk produk

atau bank kalsel itu sendiri dan relasi yang terjalin bisa bertahan lebih lama(long-term), bukan hanya relasi yang bersifat singkat(short-term), karena konsumen sudah terayomi dengan cara silaturahmi.¹⁵

- c. Adanya pembagian segmentasi pemasaran produk Simpanan Pelajar iB antara Bank Kalsel Syariah dan Konvensional.

Dari pihak Bank Kalsel Syariah dan Konvensional ada pembagian segmentasi pasar antara keduanya, yaitu sasaran yang dilakukan oleh Bank Kalsel Syariah yakni ke sekolah-sekolah yang berlandaskan agama Islam saja. Sedangkan sasaran yang dilakukan oleh Bank Kalsel Konvensional sebaliknya, yakni ke sekolah-sekolah umum.

Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin melakukan segmentasi pasar atas dasar pengelompokkan variabel tertentu. Dengan menggolongkan atau mensegmentasikan pasar seperti itu, dapat dikatakan bahwa secara umum Bank Kalsel Konvensional dan Syariah mempunyai motivasi untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat penjualan dan yang lebih penting lagi agar operasi perusahaan dalam jangka panjang dapat berkelanjutan kompetitif. Mereka melakukan ini agar:

- 1) Dapat mendeteksi secara dini dan tepat mengenai kecenderungan-kecenderungan dalam pasar yang senantiasa berubah.

¹⁵ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *op. cit.* hlm. 172.

2) Dapat mengetahui langsung produk yang benar-benar sesuai dengan permintaan pasar.

3) Dapat menentukan kampanye dan periklanan yang paling efektif.

Bank Kalsel berusaha mengelompokkan konsumen kedalam beberapa segmen yang secara relatif memiliki sifat-sifat homogen dan kemudian memperlakukan masing-masing segmen dengan cara atau pelayanan yang berbeda. Pengelompokkan ini sesuai dengan yang ada dalam teori ekonomi dalam strategi pemasaran, yaitu dengan atas dasar segmentasi psikografi. Pada jenis segmentasi ini para konsumen dibagi dalam beberapa kelompok yang berlainan menurut kelas sosial, gaya hidup, atau berbagai ciri kepribadian.¹⁶ Pada segmentasi ini pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan:

1) Status sosial, misalnya: pemimpin masyarakat, pendidik, golongan elite, golongan menengah, golongan rendah.

2) Gaya hidup misalnya: modern, tradisional, kuno, boros, hemat, mewah dan sebagainya.

3) Kepribadian, misalnya: penggemar, pecandu atau pemerhati suatu produk.¹⁷

Segmentasi pasar menjadi semakin penting dalam pengembangan strategi pemasaran karena konsep ajaran agama pada tiap sekolah berbeda antara yang non Muslim dan Muslim. Gambaran segmentasi pasar ini juga

¹⁶ *Ibid*, hlm. 166.

¹⁷ Craven, David W. *Pemasaran Strategi* (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 56.

pernah dilakukan oleh Rasulullah yaitu Nabi Muhammad Saw. Dari peristiwa ini mengelompokkan pasar dalam gaya hidup, nilai dan kepribadian. Gaya hidup ditunjukkan oleh orang yang menonjol daripada kelas sosial. Minat terhadap suatu produk dipengaruhi oleh gaya hidup, maka barang yang dibeli oleh orang-orang tersebut untuk menunjukkan gaya hidupnya. Nabi mengetahui kebiasaan orang Bahrain, cara hidup penduduknya, mereka minum dan cara mereka makan.¹⁸ Dari pembagian segmentasi pasar ini pemasar berupaya harus terus menerus melakukan inovasi terhadap produknya, agar tidak ditinggal oleh para nasabah dan melakukan orientasi pada nasabah, agar nasabah tahu kelebihan bank syariah daripada bank konvensional pada tinjauan ekonomi Islam.

d. Minimnya pemahaman para pelajar akan pengetahuan dan pemahaman keuangan pribadi mereka masing-masing.

Sehingga belum banyak dari pelajar yang sadar akan keutamaan menabung sejak dini. Dari Hal ini bank mengupayakan untuk selalu mengunjungi nasabah baru ke sekolah-sekolah yang sudah terjalin PKS dengan cara mensosialisasikannya, pihak bank membagikan brosur produk simpanan pelajar iB ini kepada para pelajar dan mengajarkan atau mempersentasikannya melalui media video dan slide power point pada ajang acara kegiatan serta pengenalan produk tabungan ini pada sekolah-sekolah.

¹⁸ Akmal Aziz, *Pemasaran Islam*, <https://akmalaziz.wordpress.com/2014/01/09/pemasaran-dalam-perspektif-islam/>, (7 Juni 2017).

Berdasarkan jenisnya, sosialisasi dibagi menjadi dua: sosialisasi primer (dalam keluarga) dan sosialisasi sekunder (dalam masyarakat). Menurut Goffman kedua proses tersebut berlangsung dalam institusi total, yaitu tempat tinggal dan tempat bekerja. Usaha yang dilakukan pemasar dalam sosialisasi produk ini memakai jenis sosialisasi sekunder yaitu seseorang diberi suatu identitas diri yang baru dengan cara mengajarkan hal-hal bisa membuat minat dan dorongan dari pemikiran para siswa pelajar.

Senada dengan firman Allah Swt. Q.S. an-Nahl/ 16: 125 sebagai berikut:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَأَلْأَمْوًا عِظَةً آلَ حَسَنَةً وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُنْهَكِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Nabi pun mengajak umat manusia kepada “dinullah” dan syariatnya dengan lemah lembut tidak dengan sikap bermusuhan. Hal ini berlaku kepada kaum muslimin seterusnya sebagai pedoman untuk berdakwah dan seluruh aspek penyampaian termasuk di dalamnya proses pembelajaran dan pengajaran. Hal ini terdapat pada hadist Nabi, yaitu:

”Didiklah anak-anak kalian, karena sesungguhnya mereka itu dijadikan untuk menghadapi masa yang berlainan dengan masa kalian ini.”

Dari kedua dalil dan pembahasan diatas sudah jelaslah bahwasanya dengan teori dan konsep mengajar Islam merupakan hal yang sangat

berdampak kepada suatu pemasaran yang sangat berpengaruh kepada konsumennya, dan yang pemasar sosialisasikan dan ajarkan merupakan unsur pengaruh kepada para pelajar.

- e. Adanya perbedaan biaya administrasi dari penggunaan fasilitas kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri) antara pihak bank dan OJK.

Pihak bank menetapkan biaya administrasi dari penggunaan fasilitas ATM produk simpanan pelajar iB, sedangkan pihak OJK membebaskan biaya tersebut. Dari 4 reponden yang penulis wawancara, hal ini dikemukakan oleh Rinja Bayu Wanda yaitu pemasar divisi funding. Berdasarkan hal ini pemasar berupaya dengan cara meminimalkan biaya administrasi dan selalu aktif dalam pengawasan minat nasabah yang memakai fasilitas ATM dan yang tidak memakainya. Tetapi biaya administrasi ini tetap ada. Dari pihak OJK untuk masalah ini lebih kepada hak bank, yaitu memberikan pihak bank kuasa atas kebijakan masing-masing bank itu sendiri. Dengan catatan tidak menyalahi aturan yang sudah di pedomankan dari standart operasional produk tabungan simpanan pelajar iB.

- f. Kebanyakan dari para pelajar/nasabah kurang berminat dan repot bertransaksi langsung ke Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

Hal ini terjadi dikarenakan dari mereka tidak mengerti cara bertransaksi langsung ke bank dan tidak berani dikarenakan tidak ada pendamping wali yang membantunya. Dari sini pemasar telah berupaya dengan cara jemput bola ke sekolah-sekolah dengan menggunakan fasilitas

mobil kas yang tersedia dari pihak bank kalsel, pelajar tidak perlu repot lagi ke Kantor Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Jemput bola sendiri adalah salah satu strategi pemasaran dimana para penyedia jasa maupun penjual produk melakukan kegiatan pemasaran dengan cara langsung menghubungi atau mendatangi calon pelanggannya. Strategi ini dalam bisnis UKM disebutkan bisa terbilang cukup efektif, karena pemasar bisa mendekatkan bank kalsel dengan para nasabahnya dan memberikan kemudahan bagi para nasabah untuk memenuhi kebutuhannya.

Allah telah mengajarkan agar kita (pelaku usaha) berlaku lemah lembut (memuaskan) kepada objek dakwah (Pelanggan), dengan Q.S. Ali-’Imran/ 3: 159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَّانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ ۚ وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ ۚ وَشَاوِرْهُمْ فِي أَلْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ ۚ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ أَلْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”

Ayat Al-Quran diatas berkaitan dengan yang pemasar lakukan untuk nasabahnya, begitu juga senada dengan sabda Rasulullah Saw. yang menjelaskan kepada kita tentang keutamaan yang didapatkan seseorang jika dia mau memberikan bantuan dan pelayan kepada sesama demi untuk

memenuhi kebutuhan mereka. Baik pertolongan dalam bidang materi, berbagi ilmu, bahu membahu mengerjakan sesuatu, memberikan nasehat dan masih banyak lagi. Sabda Rasulullah yang berbunyi:

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنَ الدُّنْيَا، نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ، يَسِّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا، سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ - أَخْرَجَهُ مُسْلِمٌ

“Dari Abu Hurairah dia berkata; Rasulullah SAW telah bersabda: ‘Barang siapa membebaskan seorang mukmin dari suatu kesulitan dunia, maka Allah akan membebaskannya dari suatu kesulitan pada hari kiamat. Barang siapa memberi kemudahan kepada orang yang berada dalam kesulitan, maka Allah akan memberikan kemudahan di dunia dan akhirat. Barang siapa menutupi aib seorang muslim, maka Allah akan menutup aibnya di dunia dan akhirat. Allah akan selalu menolong hamba-Nya selama hamba tersebut menolong saudaranya sesama muslim.”

2. Analisis terhadap kendala yang dihadapi Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dalam rangka pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar iB

Dalam melakukan pemasaran dan manajemen pemasarannya sudah pasti tidak terlepas dari sebuah kendala atau tantangan yang mungkin saja akan mempengaruhi operasional upaya dalam memanajemen produk simpanan pelajar iB ini. Hal seperti itu merupakan sesuatu yang wajar dalam dunia manajemen dan pemasaran, karena dari tantangan itulah diharapkan pelaku pemasar dapat belajar untuk inovasi pemasarannya. Begitu pula Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin, walaupun sudah sejuta nasabah dan

mempunyai nimunal yang bisa dibilang besar, maka akan semakin banyak tantangan dan kendala yang harus dihadapinya.

Dari data yang penulis dapatkan dari 4 responden, ada beberapa kendala yang mempengaruhi manajemen pemasaran dari segi teknis yang mereka hadapi setelah dilakukan upaya-upaya yang ada, yaitu:

- a. Dalam masalah teknis, pihak nasabah sedikit rumit dalam pengumpulan data nasabah, karena data yang dibutuhkan lebih banyak dari produk tabungan lainnya berupa KTP orang tua/wali, akta kelahiran dan kartu keluarga,
- b. Pengumpulan data yang kurang lengkap dan bank harus melengkapinya dengan cara mendatanya kembali ke sekolah-sekolah, hal ini dikarenakan kurangnya perhatian dari guru-guru yang sudah di tanggung jawabkan atas produk tabungan ini.
- c. Bank harus menyesuaikan jadwal kunjungan ke Pondok Pesantren Modern Al-Firdaus, karena jangkauan sekolah yang jauh dan jadwal sekolah yang belum bisa di tetapkan sebab biasanya mereka banyak kegiatan sekolah.
- d. Pembukuan tabungan tidak bisa satu waktu, karenanya membutuhkan waktu lama, dan pemasar biasanya mengumpulkan data gabungan jadi satu.

Adapun kendala dan tantangan yang dihadapi Bank Kalsel kantor Cabang Syariah Banjarmasin dari segi manajemen pemasaran yang mereka hadapi setelah dilakukan upaya-upaya yang ada, yaitu:

- a. Dalam menangani produk ini terbeban tanggung jawab hanya kepada 1 orang pemasar, dia adalah responden 2 (Rinja), hal ini dikarenakan pindahnya satu orang lainnya ke cabang bank kalsel lainnya.
- b. Terdapat beberapa rekening *dormant*, yaitu rekening pasif yang artinya rekening yang tidak bertransaksi selama 12(dua belas) bulan berturut-turut. Rekening pasif ini biasanya dikarenakan nasabah semangat mengisi tabungan hanya di awal saja.
- c. Bank lain yang juga memiliki target *marketing* masing-masing terhadap tabungan simpanan pelajar iB ini. Dan ini merupakan tantangan pemasar agar lebih banyak berinovasi supaya nasabah lebih tertarik dan percaya kepada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Dilihat dari uraian diatas, penulis berkesimpulan bahwa yang menjadi tantangan dan kendala dalam upaya manajemen pemasaran yang ada tidak hanya dalam hal manajemen pemasaran saja tetapi juga dalam hal teknis, karena kegiatan operasional produk tabungan simpanan pelajar iB ini tidak akan sempurna/lancar kalau tidak didukung oleh teknis yang lancar. Sehingga antara manajemen pemasaran dan teknis pun saling berkaitan satu sama lainnya. Adanya kendala dan tantangan dalam hal pemasaran tersebut, maka disinilah kemampuan, kreatifitas dan keuletan dalam manajemen dituntut, guna tetap dapat bertahanya produk tabungan ini dalam persaingan.

Dalam manajemen pemasaran syariah yang digunakan, tidak boleh keluar dari kaidah-kaidah Islam bahwa tanggung jawab seseorang pemasar, berakhir

tidak hanya kepada perusahaan tetapi juga mempertanggung jawabkan segenap produk dan proses pemasaran dihadapan Allah Swt. karena pemasaran merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Dari hal-hal yang menjadikan pemasar tantangan dari upaya manajemen pemasaran, maka pemasar belajar untuk lebih meninjau lebih dalam lagi atas hal yang belum sempurna dari spiritual (hati nurani) berupa kejujuran, keadilan dan moralitas mereka. Dan berusaha untuk memperbaikinya dengan cara mengikuti 4 sifat Nabi Muhammad Saw. dan 4 karakteristik pemasaran syariah dalam mengelola bisnis/pemasaran, yaitu:

- a. *Shiddiq* (benar dan jujur)
- b. *Amanah* (tepercaya)
- c. *Fathanah* (cerdas)
- d. *Thabligh* (Komunikatif)¹⁹

Keempat sifat Nabi ini sudah sangat dikenal di kalangan ulama, tapi masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis dan pemasaran. Allah Swt. berfirman Q.S. an-Nahl/ 16: 90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari

¹⁹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *op. cit.* hlm. 120.

perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

4 unsur karakteristik pemasaran syariah, yaitu:

a. *Rabbaniyah* (ketuhanan)

Artinya berdasarkan ketuhanan, yakni satu keyakinan yang bulat bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan illahi. Yang Maha Kuasa Allah Swt.

b. *Akhlaqiah* (Etis)

Artinya semua perilaku berjalan di atas normal etika yang berlaku umum. Etika termasuk kata hati yang sebenarnya.

c. *Al-Waqiiyyah* (Realistis)

Artinya sesuai dengan kenyataan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membedakan orang, suku dan lainnya, semua tindakan dengan keadilan dan kejujuran.

d. *Al-Insaniyah* (Humanistik)

Artinya berperilaku kemanusiaan, menghormati sesama, berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik dan tidak merusak atau mengganggu masyarakat.²⁰

Dengan melihat penjelasan di atas, kegiatan yang dilakukan Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin baik dari upaya manajemen pemasaran, cara berinovasi dari kendala yang dijalankan setelah strategi pemasaran dilakukan dan cara *maintenance* tantangan yang dihadapi, tidak ditemukan

²⁰ Prof. Dr. H, Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, M.M, *loc. cit.*

adanya unsur penyimpangan dalam pemasaran yang dilakukannya dari konsep yang diajarkan oleh aspek teori manajemen syariah.