BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Profil Objek Penelitian BRI Syariah KC Banjarmasin

1. Sejarah singkat BRI syariah KC Banjarmasin

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 BRI syariah Tbk secara resmi beroperasi. Kemudian PT Bank BRI syariah Tbk merubah kegiatan usaha yang semula beroperasional secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam. Dua tahun lebih PT Bank BRI Syariah Tbk 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.

Sejarah diterbitkannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998, tentang perubahan atas Undang-Undang tahun No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, pada bulan November tahun 1998 telah memberi peluang yang sangat terbuka bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia dalam bentuk surat keputusan direksi BRI Nomor keputusan: S.74-DIR/PPP/12/2001 Tanggal 7 Desember 2001 tentang struktur organisasi unit usaha syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero). Unit Usaha Syariah beralamat di Jalan Jendral Sudirman Kav. 44-46

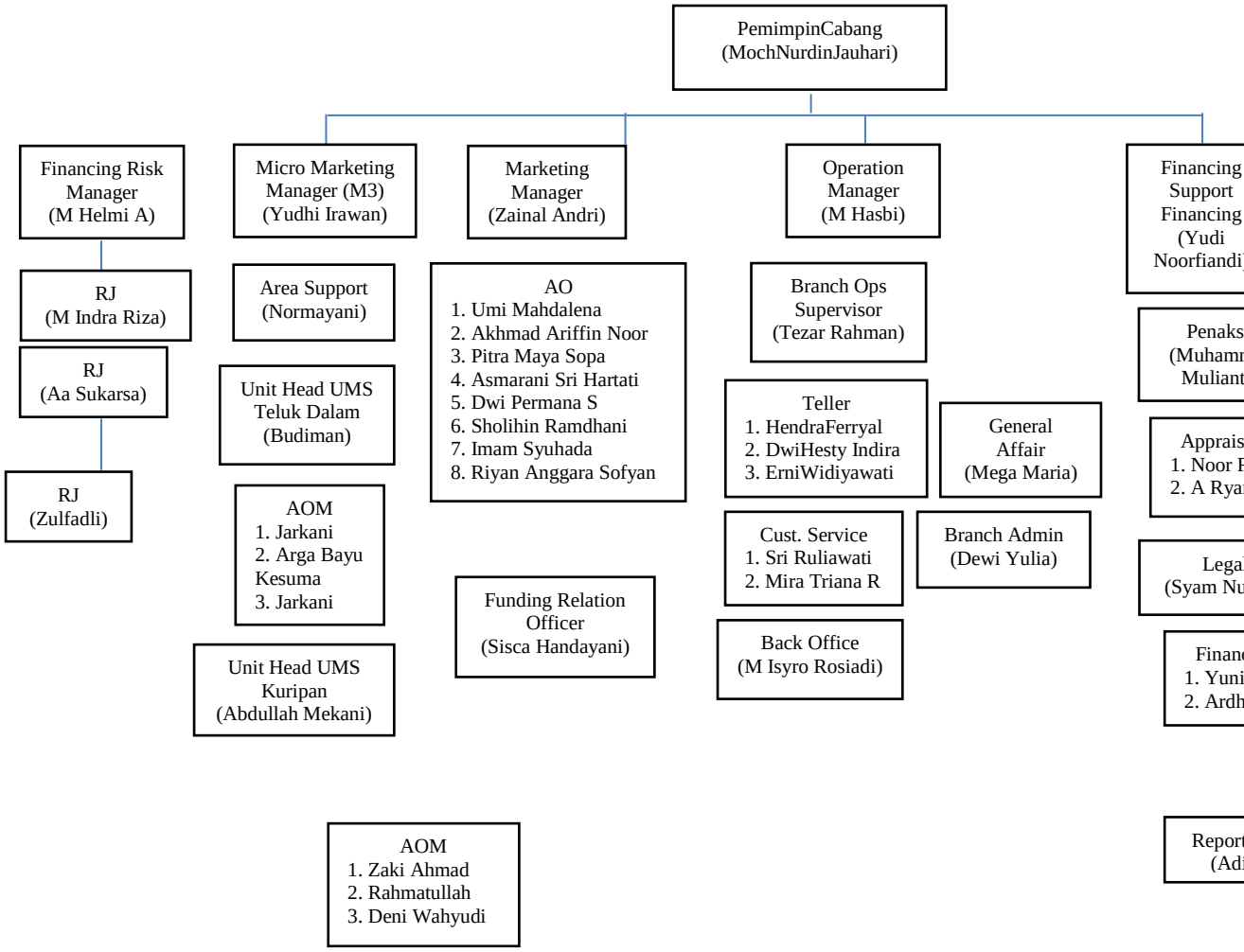
(Gedung BRI II Lt. 5) Jakarta, telp.(021) 5709060 ext 2513-2518 fax (021) 5713117. Hal ini diperkuat dengan hasil rapat umum pemegang saham luar biasa pada tanggal 27 Juni 2001 yang memberikan persetujuan kepada Direksi PT Bank Rakyat Indonesia (persero) untuk melakukan perubahan dengan penambahan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah.

Untuk mendukung upaya pencapaian pengembangan usaha syariah tersebut diperlukan adanya unit kerja operasional yang berfungsi melaksanakan kebijakan usaha syariah, mengembangkan usaha syariah diwilayah kerjanya melalui pemberian pelayanan perbankan syariah kepada nasabah, maka didirikan kantor cabang-cabang BRI dengan sistem syariah. Salah satunya adalah kantor cabang Bank BRI Syariah yang beralamat di Jl. A. Yani Km.4 No.31 Kelurahan Kebun Bunga Banjarmasin. Pendirian kantor cabang tersebut berdasarkan surat Keputusan Direksi BRI NoKep : 75-DIR/PPP/12/2001 tanggal 27 Desember 2001 tentang Struktur Organisasi Kantor Cabang dan Kantor Cabang pembantu yang merupakan salah satu bank di Indonesia. BRI Syariah merupakan anak perusahaan dari Bank Rakyat Indonesia yang akan melayani kebutuhan perbankan masyarakat Indonesia dengan menggunakan prnsip-prinsip syariah.

Pada tangal 19 Desember 2008, telah ditanda tangani akta pemisahan unit syariah. Penandatanganan akta pemisah telah dilakukan oleh Bp. Sofyan Basir selaku Direktur Utama Bank Rakyat Indonesia dan Bp.Vetje Rahardjo selaku direktur utama BRI Syariah, sebagaimana akta pemisah No.27 tanggal 19 Desember 2008 dibuat dihadapan notaris Fathiah Helmi SH di Jakarta. Peleburan Unit Usaha Syariah Bank Rakyat Indonesia ke dalam BRI syariah

berlaku efektif tanggal 1 Januari 2009. Setelah peleburan total asset BRI Syariah mencapai Rp.1.466.664.279.742.

Sebagai bagian dari keluarga besar Bank Rakyat Indonesia, BRI syariah mendapat dukungan penuh dari Bank Rakyat Indonesia sebagai pemegang saham sebagaimana tercermin dari penambahan modal disetor dilakukan sebanyak dua kali ditahun 2008, sehingga saat ini BRI Syariah menjadi salah satu Bank Syariah dengan struktur permodalan yang kuat. Dengan didukung oleh 55 cabang, 543 karyawan dan pemegang saham yang solid, BRI Syariah siap memberikan warna lain bagi masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat menengah ke bawah yang menjadi sasaran utamanya, dan *grand launching* BRI Syariah ini dilakukan pada tanggal 1 Juli 2009 yang diadakan di Jakarta Hotel Muliya yang dibuka oleh menteri BUMN sendiri.


PemimpinCabang
(MochNurdinJauhari)
Financing Risk Manager
(M Helmi A)
RJ
(M Indra Riza)
RJ
(Aa Sukarsa)
RJ
(Zulfadli)
Micro Marketing Manager (M3)
(Yudhi Irawan)
Area Support
(Normayani)
Unit Head UMS Teluk Dalam
(Budiman)
AOM
1. Jarkani
2. Arga Bayu Kesuma
3. Jarkani
Unit Head UMS Kuripan
(Abdullah Mekani)
Marketing Manager
(Zainal Andri)
AO
1. Umi Mahdalena
2. Akhmad Ariffin Noor
3. Pitra Maya Sopa
4. Asmarani Sri Hartati
5. Dwi Permana S
6. Sholihin Ramdhani
7. Imam Syuhada
8. Riyan Anggara Sofyan
Funding Relation Officer
(Sisca Handayani)
Operation Manager
(M Hasbi)
Branch Ops Supervisor
(Tezar Rahman)
Teller
1. HendraFerryal
2. DwiHesty Indira
3. ErniWidiyawati
General Affair
(Mega Maria)
Cust. Service
1. Sri Ruliawati
2. Mira Triana R
Branch Admin
(Dewi Yulia)
Back Office
(M Isyro Rosiadi)
Financing Support Financing
(Yudi Noorfiandi
Penaks
(Muhamm
Muliant
Apprais
1. Noor F
2. A Rya
Lega
(Syam Nu
Financ
1. Yuni
2. Ardh
Report
(Adi
AOM
1. Zaki Ahmad
2. Rahmatullah
3. Deni Wahyudi

3. Visi dan Misi BRI Syariah KC Banjarmasin

a. Visi :

Menjadi Bank retail modern, terkemuka dengan ragam pelayanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi :

Memahami keragaman indiidu dan mengakomodasi beragam kebutuhan *Finansial* nasabah, menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun, memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

4. Jenis Produk

Sebagai lembaga keuangan BRI Syariah, menyediakan layanan keuangan layaknya lembaga keuangan lainnya yang secara garis besar dapat dibagi atas dua bagian :

a. Produk Penghimpunan Dana BRI Syariah ada 5 (lima) diantaranya: giro Faedah, deposito Faedah, tabungan Faedah Impian, tabungan Faedah Haji dan tabungan Faedah. Giro Faedah merupakan simpanan investasi dana nasabah pada BRI Syariah dengan menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya dan Tabungan Faedah. Deposito Faedah merupakan produk simpanan berjangka menggunakan akad bagi hasil sesuai prinsip syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan

keuntungan optimal. Tabungan Faedah Impian merupakan produk simpanan berjangka dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana terlebih dahulu. Tabungan Faedah Haji merupakan produk simpanan yang menggunakan akad bagi hasil sesuai prinsip syariah khusus bagi calon nasabah Haji yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan biaya perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Tabungan Faedah merupakan produk simpanan dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keungan sehari-hari. (produk inilah yang kemudian menjadi objek dari penelitian penulis).

Tabugan Faedah merupakan tabungan pertamanya BRI Syariah, tabungan Faedah ada ketika hadirnya BRI Syariah KC Banjarmasin bertepatan pada *grand launching* BRI syariah ini dilakukan pada tanggal 1 Juli 2009. Target dari tabungan ini adalah masyarakat kalangan menengah kebawah.

Produk tabungan Faedah merupakan simpanan dari BRI syariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari, dengan akad *Wādiah yā`d dhā`manah.*

b. Program BRI Syariah Berfaedah ada 4 (empat) diantaranya: Faedah pendidikan, Faedah kesehatan, Faedah sosial, dan Faedah peribadahan.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data dari hasil wawancara dengan pihak responden *Manajer Operasional, Funding Relation Officer* dan *Account Officer*. Kemudian penulis menggunakan data-data tersebut untuk di analisis.

Penelitian terhadap strategi promosi tabungan Faedah di BRI Syariah yang dimaksud dalam hal ini adalah untuk memperoleh informasi tentang strategi promosi tabungan Faedah yang digunakan di BRI Syariah KC Banjarmasin, dengan penelitian tersebut khususnya penulis ataupun pihak BRI Syariah diharapkan akan lebih memahami mengenai strategi promosi tabungan Faedah yang digunakan jika disesuaikan dengan konsep fatwa DSN, literatur fiqih, dan pendapat beberapa pakar ekonomi Islam serta kesesuaian strategi promosi yang diterapkan di BRI syariah KC Banjarmasin dengan yang ditetapkan oleh perbankan syariah. Berikut ini akan disajikan beberapa data yang telah penulis peroleh dari hasil penelitian beberapa waktu terakhir.

Mengutip pada brosur BRI Syariah KC Banjarmasin produk Tabungan Feadah adalah tabungan bagi nasabah perorangan yang menggunakan prinsip wadiah dipersembahkan untuk nasabah yang mnginginkan kemudahan dalam transaksi keuangan sehari-hari. Manfaat tabungan Faedah ketenangan dan kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah.

Fasilitas Tabungan Faedah: Pertama, aman karena diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah, Kedua, dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor dan elektronik BRI Syariah secara *online* dan *realtime*. Ketiga, berfasilitas

Faedah (fasilitas serba mudah), Keempat, ringan setoran awal Rp. 100.000,-, gratis biaya administrasi bulanan, Kelima, gratis biaya kartu ATM bulanan, Keenam, biaya tarik tunai murah diseluruh jaringan ATM BRI, Bersama & Prima, Ketujuh, biaya transfer murah atas jaringan ATM BRI, Bersama & Prima, Kedelapan, biaya cek saldo murah di jaringan ATM BRI, Bersama & Prima, Kesembilan, biaya debit prima murah.

Dengan kartu ATM BRI syariah, anda mudah melakukan beragam transaksi perbankan di ATM BRI Syariah serta di puluhan ribu jaringan ATM BRI, ATM bersama maupun ATM Prima di seluruh Indonesia. Kartu ATM BRI Syariah juga berfungsi sebagai kartu debit untuk berbelanja tanpa menggunakan uang tunai di seluruh *merchant* berlogo Debit BRI dan *PRIMA*.

Berbagai layanan perbankan yang dapat dilakukan melalui mesin ATM BRI Syariah: informasi Saldo, tarik tunai, ganti Pin, transfer ke rekening BRI Syariah maupun bank lain, pembayaran tagihan: Telkom PSTN, Telkomvision, internet Speedy, telco pascabayar (flexi, kartu Halo, XL, AXIS, ESIA, Smartfren), PLN (pascabayar, non tagihan listrik), pembayaran pembelian: telco prabayar (Telkomsel, Simpati, kartu AS, XL, Indosat, Axis, Esia, Smartfren), PLN prabayar/token, Tiket KAI, pembayaran zakat, infaq, shadaqah, wakaf dan qurban, pembayaran uang sekolah (SPP).

Fasilitas lainnya berupa: dapat diberikan bonus sesuai kebijakan Bank, dapat dilakukan pemotongan zakat secara otomatis dari bonus yang diterima, dilengkapi pula dengan berbagai fasilitas e-channel: SMS *Banking*, *Mobile Banking*, dan Internet dengan syarat jika saldo sebelum transaksi lebih besar Rp. 500.000,- maka diskon 50% *e-channel*. Saldo minimum Rp.50.000,- dan Info saldo, yaitu info

mutasi 5 transaksi terakhir, ganti pin, transfer, registrasi SMS Banking melalui ATM,

Syarat dan Ketentuan Tabungan Faedah: melampirkan fotocopy KTP (Kartu Tanda Penduduk), dan melampirkan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). (Tabungan Faedah BRI Syariah iB, 2019)

Biaya-biaya ketika bertransaksi: biaya penutupan rekening Rp. 25.000,- biaya pergantian buku karena rusak atau hilang Rp. 5000,-biaya pergantian ATM karena rusak atau hilang Rp. 15.000,- biaya administrasi bulanan tabungan gratis, biaya administrasi bulanan kartu ATM gratis, biaya rekening pasif gratis, dan biaya penutupan rekening Rp. 25.000,- dipersembahkan untuk nasabah yang menginginkan kemudahan dalam bertransaksi keuangan serta kenyamanan yang penuh nikmat kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana yang sesuai dengan syariah.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh penulis dengan cara wawancara Strategi Promosi Tabungan Faedah di BRI Syariah KC Banjarmasin yaitu dari 4 (empat) orang sebagai berikut: *Manajer Operasional*, *Funding Relation Officer*, dan 2 (dua) orang *Account Officer*. Setelah mengadakan wawancara dengan beberapa informan, selanjutnya penulis akan menyajikan data dari hasil wawancara dengan 4 orang informan yang mengetahui tentang strategi promosi produk tabungan Faedah yaitu sebagai berikut:

a. Informan I

   Nama : MH

   Umur : 45

   Pekerjaan : S1 - Teknik Promotika

Pendidikan : Manajer Operasional

Alamat : Jl Bima: 3 No. 10

b. Informan II

Nama : SH

Umur : 27

Pekerjaan : FRO

Pendidikan : S1 Akuntansi

Alamat : Kayutangi

c. Nama : IS

Umur : 25

Pekerjaan : AO

Pendidikan : S1 Perbankan Syariah

d. Nama : RAS

Umur : 28 tahun

Pekerjaan : AO

Pendidikan : S1 Ekomoni

Alamat : Tanjung

1. Strategi Promosi Produk Tabungan Faedah di BRI Syariah KC Banjarmasin

BRI Syariah KC Banjarmasin adalah lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat, yang telah mendapat kepercayaan penuh dari nasabah yang datang dari beragam latar belakang. BRI Syariah tentunya mempunyai strategi yang kuat untuk mempromosikan, menyampaikan sesuatu atau

berusaha menyakinkan publik mengenai semuaproduk atau jasa yang dimiliki, salah satunya adalah tabungan Faedah.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan ada beberapa strategi promosi yang kesuksesan tabungan Faedah adapun strategi tersebut berupa:

a. Strategi promosi ada 5 (lima) diantaranya: Sosialisasi, serbu pasar, kesekolah seperti SD, SMP, SMA, kampus dan bekerjasama dengan beberapa perusahaan. Pertama, Sosialisasi yang diawali dengan membuat stand pada suatu acara, seminar, bazar, yang berhubungan dengan keuangan syariah dengan tujuan mengedukasi calon nasabah. Kedua, strategi serbu pasar, guna mempromosikan semua produk BRI Syariah. Sebenarnya lebih mengedukasikan calon nasabah agar mengetahui produk-produk yang ada di BRI Syariah tentang produk lama maupun produk terbaru, dan agar calon nasabah tertarik untuk membuka tabungan Faedah atau melakukan pembiayaan di BRI Syariah, dilakukan dengan cara dilakukan oleh BRI syariah pada dasarnya terjadwal 1 kali dalam seminggu sekali, namun dilihat lagi dengan situasi instansi/tempat untuk dilakukannya sosialisasi bisa atau tidaknya, kapan kira-kira instansi mengizinkan pihak BRI Syariah mensosialisasikan produk-produk, karena mereka juga perlu menyiapkan orang-orang yang bisa menghadiri acara promosi tersebut dan kesiapan mereka mendengarkan sosialisasi tersebut, yang mensosialisasikan pun bukan hanya staf *Funding Relation Officer* (FRO), *Account Officer* (AO) melainkan staf marketing pun ikut serta. Ketiga, kesekolah seperti SD, SMP, SMA, adapun sasarannya adalah mempromosikan kepada para guru, dan

karyawan agar tertarik membuka tabungan Faedah. Keempat, Kampus adapun sasaran untuk mempromosikan tabungan Faedah adalah mahasiswa(i), para dosen, dan karyawan sehingga calon nasabah mengetahui produk-produk BRI Syariah. Kelima, bekerjasama dengan beberapa perusahaan, ketika disuatu perusahaan ingin melakukan pembiayaan, maka kita akan bekerjasama dengan perusahaan tersebut untuk bisa membiayai karyawannya. Gajih karwayan tersebut melalui BRI Syariah maka seluruh pengawainya diwajibkan membuka tabungan Faedah, dan BRI Syariah memberi 7 fasilitas yang berupa:

1) Ringan setoran awal Rp. 100.000,-
2) Gratis biaya administrasi bulanan tabungan, dan
3) Gratis biaya administrasi bulanan kartu ATM bulanan,
4) Gratis transfer antar bank di seluruh jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima
5) Gratis cek saldo di seluruh jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima
6) Gratis tarik tunai di seluruh jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima
7) Gratis debit prima

   Berlaku ketika saldo diatas Rp. 500.000-, dan hanya ATM BRI selain itu dikenakan biaya.

Ketika seorang calon nasabah yang ingin melakukan pembiayaan maka seorang calon nasabah tersebut wajib membuka tabungan Faedah, jika nasabah yang telah menikah maka diwajibkan kepada pasangannya untuk membuka tabungan faedah, dan jika belum mempunyai pasangan maka yang diwajibkan untuk membuka tabungan Faedah tersebut adalah

keluarganya yang telah berumur 17 tahun untuk membuka tabungan faedah, karena merupakan persyaratan dari pembiayaan.

b. Macam-macam sarana untuk mempromosikan suatu produk tabungan Faedah terbagi 4: periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, publisitas. Pertama, periklanan pada BRI syariah melakukan perikalanan karena periklanan merupakan faktor terpenting dalam menunjangkegiatan promosi guna memberikan informasi mengenai produk tabungan Faedah, agar bisa membujuk calon nasabah sehingga bisa menggunakan produk tabungan Faedah, adapun periklanan yang dilakukan oleh pihak BRI syariah sebagai berikut:

   1) Pemasangan *billboard* di jalanan,
   2) Percetakan brosur digunakan untuk mempromosikan kepada nasabah atau calan nasabah,
   3) Pemasangan iklan melalui koran,
   4) Pemasangan iklan melalui televisi,
   5) Program mobil ATM keliling, ketika mobil berangkat dari kantor menuju tempat promosi tabungan Faedah pun seperti iklan berjalan dimana semua orang bisa melihat dan mengetahui apa saja produk BRI syariah terkhusus tabungan Faedah, mobil ATM keliling juga hadir dikampus UIN Antasari Banjarmasin seminggu sekali setiap hari jum’at,
   6) Pemasangan iklan pada media sosial baik itu berupa, Facebook (BRI Syariah, Twiter (@BRISyariah), Instagram (@BRISyariah), You tube (BRISyariah), dan,

7) Pemasangan melalui radio.

Bertujuan dengan adanya periklanan tersebut masyarakat mendapatkan: informasi tentang produk dan jasa yang digunakan ketika peluncuran produk, iklan juga bisa menjadi pengingat digunakan untuk mengingatkan kembali keberadaan BRI Syariah sekaligus produk-produk dan jasa kepada nasabah sehingga diharapkan mendorong untuk pemakaian lebih tinggi. Nasabah yang telah menggunakan produk tabungan Faedah diharapkan lebih mengetahui tentang tabungan yang nasabah pakai sehingga bisa menginformasikan kembali kepada masyarakat luas, iklan juga sebagai pembujuk agar ketika seorang nasabah mengetahui informasi tentang tabungan Faedah mereka tertarik dan membuka tabungan Faedah.

Kedua, promosi penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menarik minat nasabah agar tertarik membeli produk dan membuka tabungan Faedah, adapun promosi yang dilakukan *Funding Relation Officer* dan *Account Officer*.

Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan saldo diatas Rp. 500.000-, yaitu dengn 7 kemudahan berupa:

a) Pemberian hadiah bagi nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu, adapun hadiah tersebut sebagai berikut:

(1) Bantal leher ketika seorang nasabah menabung sejumlah Rp. 2.000.000-,

(2) Mendapatkan Payung ketika seorang nasabah menabung dengan sejumlah uang Rp. 5000.00

(3) Mendapatkan tas serba guna ketika seorang nasabah membuka tabungan Haji,

(4) Jam digital, dan pulpen hanya untuk dibagikan kepada para nasabah

b) Pemberian insentif kepada nasabah, dari pertama seorang nasabah membuka tabungan Faedah, mereka sudah diberikan berupa fasilitas, sebagai berikut:

(1) Ringan setoran awal Rp. 100.000,-,

(2) Gratis biaya administrasi tabungan,

(3) Gratis biaya kartu ATM bulanan,

(4) Biaya tarik tunai murah diseluruh jaringan ATM BRI, Bersama & Prima,

(5) Biaya transfer murah atas jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima,

(6) Biaya cek saldo atas jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima dan

(7) Biaya debit prima murah.

Ketiga, penjualan pribadi, tidak hanya mempromosikan melewati periklanan BRI Syariah juga menerapkan strategi penjualan pribadi sebagai berikut:

Secara umumnya strategi penjualan pribadi dilakukan dimulai dengan pengawai *Customer service,* ketika seorang calon nasabah datang ke BRI Syariah mereka membutuhkan informasi atau

penjelasan mengenasi jasa atau produk tabungan yang dimiliki BRI Syariah. Maka hendaknya pengawai *Customer service* memberikan informasi atau memberikan penjelasan mengenai jasa atau produk tabungan kepada calon nasabah mengenai keunggulan dan manfaat apa saja yang akan didapatkan ketika mereka membuka tabungan Faedah. Setelah calon nasabah mendapatkan penjelasan dari seorang *Customer service* diharapan masyarakat yang tadinya datang ke BRI Syariah dan telah mendapatkan informasi mengenai tabungan Faedah akan mempercayai BRI Syariah menjadi bank pilihannya dibandingkan dengan bank lainnya, dan Dilakukan *FRO, AO* ketika mensosilisaikan suatu produk, serbu pasar, mempromosikan keperkuliahan, sekolahan, instansi dan perusahaan.

Keempat, publisitas merupakan kegiatan promosi untuk mempublikasikan suatu perusahaan dengan menjadi *sponsorship* pada kegiatan-kegiatan tertentu, maupun kegiatan yang bersifat sosial.

(1) Acara penting,

(2) Hubungan dengan para investor untuk melakukan pembinaan, pengaturan, dan pengawasan dengan tujuan mewujudkan kegiatan dengan teratur, wajar, efisien dan mekindungi kepentingan baik itu investor maupun masyarakat yang telah menjadi nasabah BRI syariah KC Banjarmasin,

(3) Pameran, misalnya yang dimana BRI Syariah ikut serta membuka Stand pada acara besar di asrama Hj setahun sekali,

acara yang diadakan OJK, acara yang diadakan oleh BI dan acara yang terkaitan mengenai keuangan.

(4) Mensponsori acara, misalnya seminar yang diadakan oleh perusahaan, perkuliahan, adapun yang diberikan berupa: spanduk, umbul-umbul, souvenir, ketika terpasangnya spanduk, umbul-umbul, souvenir secara tidak langsung mereka mempromosikan BRI Syariah KC Banjarmasin, karena dapat dilihat orang yang datang ke acara tersebut.

2. Analisis SWOT Produk Tabungan Faedah di BRI Syariah KC Banjarmasin

a. Kekuatan

Tabungan Faedah di BRI Syariah memiliki beberapa kekuatan yang mendukung dalam membesarkan produk-produknya hingga masyarakat mengetahui dan membuka tabungan Faedah. Kekuatan tersebut berupa:

1) Citra BRI Syariah yang terkenal dimata masyarakat terkhususnya masyarakat yang bertempat tinggal di Kalimantan Selatan menjadi salah satu bank syariah dengan struktur permodalan yang kuat, sehingga nasabah yang memiliki tabungan Faedah 28.613 *Account* (rekening).
2) Tabungan Faedah Mempunyai lambang (GPN) gerbang pembayaran nasional terletak di kartu ATM yang bermanfaat untuk masyarkat dalam biaya investasi ATM, EDC dan sistem *back end* lebih murah, biaya memproses transaksi domestik lebih efisien, data masyarakat terlindungi, biaya transaksi, cek saldo , tarik tunai dan transfer antar bank lebih murah.

3) Layanan *E-Banking*, pelayanan 24 jam untuk kemudahan dalam bertransaksi, berupa:

a) SMS *Banking*:dengan hanya mengetikan SMS dan mengirimkan ke 3338, traksaksi perbankan semakin mudah dilakukan kapan dan dimana saja, dan ada pula SMS BRIS: adalah fasilitas layanan perbankan bagi nasabah tabungan yang memudahkan nasabah untuk melakukan isi ulang pulsa, bayar tagihan, transfer sampai pembayaran,

b) *MobileBanking*, layanan yang memungkinan nasabah memperoleh informasi perbankan dan melakukan komunikasi serta transaksi perbankan melalui perangkat yang bersifat mobile seperti telpon seluler/handphone mengunakan media menu pada aplikasi mobile BRIS dengan menggunakan media jaringan internet pada handphone yang dikombinasikan dengan media Short Message Service (SMS) secara aman dan mudah,

c) Internet *Banking*, fasilitas layanan transaksi perbankan melali jaringan internet yag dapat diakses selama 24 jam, kapan dan dimanapun nasabah berada menggunakan Personal *Computer*, laptop, notebook dan smartphone,

d) *Cash Management System*: memberikan solusi terbaik terbaik dalam rangka pengelolaan keuangan dan monitoring arus kas koporat.

e) E-From: untuk membuka rekening Tabungan Faedah di BRI syariah dengan melakukan input data nasabah di website BRI syariah,

kemudian datang ke cabang BRI syariah terdekat, maka proses pembukaan rekening akan di proses dengan cepat,

f) Laku pandai: merupakan kegiatan BRI syariah untuk menyediakan layanan perbankan, layanan yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor, namun melalui kerjasama dengan pihak lain dan perlu didukung dengan pengunaaan sarana teknologi informasi.

Seperti yang telah dijelaskan diatas kekuatan diharapkan bisa menarik simpati masyarakat untuk berpikir bahwa mereka akan mendapatkan banyak kemudahan bertransaksi yang penuh nilai kebaikan, bagi calon nasabah yang akan membuka tabungan Faedah dan menabung di BRI Syariah. Hal ini pun akan menunjang strategi promosi yang dilakukan pihak BRI Syariah dalam mempromosikan tabungan Faedah ketika calon nasabah mengetahui kekuatan dalam fasilitas yang beragam.

b. Kelemahan

Tabungan Faedah di BRI Syariah memiliki beberapa kelemahan yang bisa menghambat perkembangan BRI Syariah dalam mempromosikan produk-produknya hingga masyarakat berpikir ulang mengenai membuka atau tidaknya tabungan Faedah, adapun ancaman tersebut berupa:

1) ATM terbatas pada daerah perkotaan,
2) Pengetahuan masyarakat tentang bank syariah masih kurang, karena masyarakat masih memikirkan keuntungan dan selisih bunga antara bank konvensional dan bank syariah

c. Peluang

Tabungan Faedah merupakan ciri khas BRI Syariah KC Banjarmasin, yang tidak dimiliki oleh bank lainnya baik bank konvensional maupun bank syariah. Hal ini menjadi peluang besar bagi BRI S yariah untuk mengembangkan produk tabungan Faedah lebih dikenal masyarakat banyak, diantara peluang-peluang tesebut sebagai berikut:

1) Masyarakat mayoritasnnya muslim dan
2) Adanya dukungan dari Dewan Syariah Nasional yang mengatur tabungan syariah dalam fatwa Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000, yaitu:"Produk tabungan yang dibenarkan atau diperbolehkan secara syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah, sehingga kita mengenal tabungan mudharabah dan tabungan wadiah."

d. Ancaman

Tabungan Faedah, Selain memiliki kekuatan, kelemahan, peluang tentu mempunyai ancaman yang tak diindahkan, adapun ancaman tersebut, berupa:

1) Tidak bisa memberikan imbal hasilnya yang lebih dibandingkan bank lainnya, karena BRI Syariah masih bersaing, dan
2) Tidak adanya kartu kredit, yang membedakan dengan bank lainnya memiliki produk kartu kredit.

Matrik SWOT

Internal / Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan(W)
	1. Merupakan salah satu bank syariah dengan struktur permodalan yang kuat, 2. Mempunyai lambang (GPN)gerbang pembayaran nasional terletak di kartu ATM, 3. Layanan *E-Banking*, pelayanan 24 jam untuk kemudahan dalam bertransaksi	1. ATM terbatas pada daerah perkotaan, 2. Pengetahuan masyarakat tentang bank syariah masih kurang,
	Peluang (O)	Ancaman (T)
	1. Masyarakat mayoritasnnya muslim dan 2. Adanya dukungan dari Dewan Syariah Nasional yang mengatur tabungan syariah dalam fatwa	1. Tidak bisa memberikan imbal hasilnya yang lebih dibandingkan bank lainnya, dan 2. Tidak adanya kartu kredit, yang membedakan dengan bank lainnya memiliki produk kartu kredit

	Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000,	
	Strategi SO 1. Menggunakan media bantu tulisan untuk menjelaskan apa saja kelebihan dan kemudahan yang didapat ketika bertransasksi 2. Menggunakan media brosur untuk menjelaskan kepada nasabah yang tidak mengerti tentang produk- produk dan keutamaan BRI syariah KC Banjarmasin	Strategi WO 1. Mengedukasi kepada masyarakat luas mengenai produk BRI syariah Banjarmasin 2. Memberikan fasilitas yag beragam untuk mengatasi keterbatasan mesin ATM

	Strategi ST 1. Menyediakan pelayanan alternatif sebagai solusi terhadap fasilitas yang belum ada.	Strategi WT 1. Terus mengevaluasi dan berinovasi untuk memberikan pelayanan terbaik

a. SO dengan penggunaan media tulisan, seperti brosur diharapkan calon nasabah memahami keutamaan bank BRI syariah KC Banjarmasin,

b. WO: dengan mengedukasi masyarakat seperti sosialisasi, serbu pasar, kesekolah, kampus, dan bekerja sama dengan beberapa perusahaan diharapkan masyarakat memahami perbedaan bank syariah dan bank konvensional, dengan fasilits yang bragam diharapkan dapat memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi seperti keterbatasan mesin ATM,

c. ST menyediakan pelayanan alternatif misalnya mobile banking diharapkan mampu menjadi solusi fasilitas yang belum tersedia, dan

d. WT dengan terus mengevaluasi produk dan berinovasi diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah terhadap produk.

C. Analisis data

1. Strategi Promosi Tabungan Faedah di BRI Syariah KC Banjarmasin

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi BRI Syariah KC Banjarmasin dalam upaya mempertahankan kelangsungan

hidup perusahaan serta meningkatkan kualitas penjualan untuk meningkatkan Kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa.

Strategi promosi tabungan Faedah yang dilakukan BRI Syariah KC Bajarmasin yang dilakukan berupa: promosi ketika serbu pasar, kesekolahan SD, SMP, SMA, perusahaan, keperkuliahan, bekerjasama dengan beberapa perusahaan dan kecalon nasabah yang inggin melakukan pebiayaan.

Strategi promosi yang digunakan di BRI syariah KC Banjarmasin sesuai dengan definisi dan langkah-langkah Strategi promosi yang dikemukakan oleh beberapa pakar ekonomi yaitu Cahyono, Purwanto, Kasmir, Munawaroh, Suryadi, Sjahdeni, Lupiyoadi, dan Swastha telah sesuai dengan apa yang dilakukan seorang *marketing* BRI syariah (beberapa denifisi tersebut telah dikemukakan pada BAB sebelumnya yaitu BAB II).

Secara keseluruhan strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Bank yang terpenting adalah kepandaian seorang marketing menggali kebutuhan calon nasabah, mulai dari mengetahui apa yang dibutuhkan, seberapa besar dan pentingnya kebutuhan tersebut bagi calon nasabah. Kebutuhan dapat dipenuhi dari aspek fugsional produk yang ditawarkan, misalnya saja kebutuhan seorang nasabah menabung di Bank adalah untuk berinvestasi, keingginannya tentu lebih dari berinvestasi, tetapi keamanan, prestise, mendapatkan kemudahan fasilitas, atau yang lainnya. Semakin maju kesadaran pelanggan dan semakin banyak pilihan produk (barang/jasa) yang ditawarkan oleh produsen, pelanggan menjadi semakin sulit dilayani, menjadi lebih sadar harga, menjadi semakin penuntut tentang kriteria

produk yang dikendaki. Kenyataan tersebut menantang perusahaan untuk tidak saja memperoleh pelanggan yang puas, tetapi juga memberikan kepuasan pelanggan yang lebih puas hingga sampai pada pelangan yang loyal.

Penampilan seorang marketing juga tidak kalah penting bagi seorang *marketing* untuk menarik minat calon nasabah misalnya, berpakaian rapi, berpenampilan menarik, murah senyum, sopan dan santun.

a. Penampilan,dari fasilitas fisik, peralatan, orang, maupun alat komunikasi yang dijanjikan. Zaman yang semakin modern, maka diperlukan penampilan yang modern tentunya diperlukan untuk memuaskan seorang pelangan. Oleh karena itu, penampilan seorang *marketing* dan desain lantas memegang peranan semakin penting, baik di dalam produk yang akan dipromosikan itu sendiri maupun di dalam sarana penunjangnya,
b. Menunjukkan kemampuan produsen untuk melakukan *service* yang dijanjiksm secara cermat dan tepat,
c. Mental melayani konsumen, harus timbul dari hati sanubari dan "mendarah-daging", bukan Cuma sekedar karena keharusan,
d. Pengetahuan dan keterampilan untuk melayani yang memadai hal tersebut tentunya tidak dapat terlaksana dengan baik. Begitu pula dengan keramahan, dan
e. Berempati, terjadinya komunikasi dua arah anatara produsen dan konsumen, setelah itu produsen harus mencoba mengerti konsumen, ber empati tidak hanya mengiyakan tuntutan konsumen, paling tidak

produsen harus menunjukan bahwa dia mau mengerti masalah yang ada dikonsumen dari sudut pandang mereka.

Berdasarkan pendapat diatas ketika dilapangan terlihat bahwa marketing BRI syariah telah memiliki kepandaian tersebut, hal ini terlihat dari banyaknya calon nasabah yang tertarik untuk membuka tabungan Faedah (menurut data terdapat 28. 613 *account* rekening).

Dari segi penampilan seorang marketing BRI Syariah terlihat bahwa:

a. Berpenampilan menarik, seperti berpakaian rapi dan harum, bersih,
b. Menunjukkan kemampuan dalam hal mempromosikan suatu produk dengan cermat dan tepat hinnga ketika seorang marketing menjelaskan, calon nasabah dapat mencerna dan menggerti apa yang dipaparkan baik itu penjelasan ataupun janji oleh *marketing* tersebut,
c. Mental melayani calon nasabah, ketika *marketing* berhadapan langsung dengan calon nasabah, sopan santun sangat diperlukan
d. Pengetahuan dan keterampilan untuk melayani seorang nasabah yang memadai sehinnga tertarik menggunakan produk tabungan Faedah di BRI syariah KC Banjarmasin,
e. Berempati memahami apa yang dibutuhkan oleh calon nasabah, baik itu keluahan mereka harus murah senyum.

Sehingga ketika calon nasabah berhadapan dengan marketing tersebut mereka merasa nyaman untuk menerima promosi-promosi yang ditawarkan. Ini dibuktikan ketika banyaknya pertanyaan dari calon nasabah terhadap produk yang ditawarkan seorang marketing.

Dari segi fasilitas yang ditawarkan oleh marketing BRI syariah sangat memanjakan nasabahnya namun ketika syarat dan ketentuan yang berlaku (bagi asabah yang mempunyai saldo diatas Rp. 500.000-, keatas) menurut penulis terasa sangat berat dan membuat nasabah berpikir ulang untuk menggunakan produk tabungan Faedah ini, karena yang pertama uang Rp. 500.000-, tidaklah sedikit dan banyaknya tawaran dari bank lain yang saldonya lebih sedikit, ATM BRI syariah yang sulit untuk didapatkan ketika seorang nasabah berniat untuk menarik uangnya jika mereka ingin mengambil unag melewati ATM lain dengan saldo kurang dari Rp. 500.000-, mereka harus rela kena potongan pada saldo ATM mereka.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis, dalam melaksanakan strategi promosi tabungan Faedah tentunya ada beberapa macam sarana

Periklanan,mengapa perikalanan itu perlu, karena bisnis itu kegiatan ekonomi yang sangat dinamis dan menarik sekali untuk dicermati, agar pihak BRI syariah menanmkan nilai-nilai yang penting dari produk yang akan dipromosikan kepada calon nasabah, dibuktikan dengan sangat menarik periklanan yang diberikan oleh pihak BRI syariah tentang kemudahan bertransaksi yang penuh nilai kebaikan, manfaat tabungan Feadah untuk calon nasabah, fasilitas yang membuat calon nasabah puas sehingga tertarik dan dapat menggunakan produk tabungan Faedah, dan syarat ketentuan yang sangat mudah hanya menyerahkan dokumen berupa: fotocopy KTP yang masih berlaku dan fotocopy NPWP, setoran awal minimal Rp. 100.000.

Sarana promosi dalam rangka memberikan promosi penjual, dan publisitas, pihak BRI syariah menerapkan Strategi *ofensif* (untuk

memperoleh nasabah baru) dan *defensif* (untuk mempertahankan nasabah yang sekarang) dengan melakukan pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan saldo tertentu, semakin besar simpanan saldo maka akan semakin besar pula insentif yang didapatkan. Hal ini dapat terlihat dari data yang didapatkan peneliti saat melakukan wawancara dengan pihak BRI Syariah. Selain itu pemberian cendera mata, hadiah, serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal juga menjadi promosi yang mampu membuat nasabah merasa puas.

Menurut Fandy Tjiptono pada buku yang berjudul "Strategi Pemasaran" pada beberapa manfaat yang bisa didapatkan pihak Bank yang nasabahnya merasa puas terhadap produknya, diantara manfaatnya adalah:

a. Hubungan perusahaan dengan anggota semakin harmonis,
b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang,
c. Membentuk rekomendasi dari mulut kemulut untuk membeli produknya dan menguntungkan perusahaan,
d. Reputasi perusahan menjadi baik bagi nasabah,
e. Laba perusahan dapat meningkat, dan
f. Penjualan pribadi kepada nasabah diberikan secara optimal oleh pihak perusahaan. (Tjiptono, 1997, hlm .25)

BRI Syariah melalui petugas Customer *servise,* dengan arahan dari Satpam. Hal ini senada dengan apa yang dinyatakan Oleh Kasmir. (Lihat pada Bab II).

2. Analisis SWOT Strategi Promosi Tabungan Faedah di BRI Syariah KC Banjarmasin

Analisis SWOT merupakan suatu faktor internal dan faktor eksternal BRI Syariah, cara mengetahui gambaran perkembangan strategi promosi tabungan

Faedah di BRI syariah KC Banjarmasin, kegiatan analisi ini dilakukan agar stretegi promosi tabungan Faedah agar dipertangung jawabkan berdasarkan fakta-dan dasar yang kuat, diantaranya sebagai berikut:

a. Kekuatan

Berdasarkan hasil wawancara dinyatakan bahwa kekuatan dari tabungan Faedah adalah BRI Syariah mempunyai struktur permodalan yang kuat.

Struktur modal merupakan maslah penting bagi perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai efek langsung terhadap posisi finansial perusahaan, struktur modal yang akan mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga memaksimumkan harga saham.

Dari segi perkembangan teknologi BRI Syariah telah mempunyai sistem yang tidak kalah bersaing dengan bank lain dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah baik secara langsung maupun tidak, secara *Onlie* dan *Offline*. Hal ini terbukti dari adanya pelayanan *E-Banking*, SMS *Banking*, *MobileBanking*, *Cash Management System*, e-From, dan Laku pandai.

b. Kelemahan

Setiap ada kekuatan tentunya ada kelemahan, begitu pula dengan BRI Syariah KC Banjarmasin, terhitung masih berusia muda dibandingan dengan Bank konvensional, maka pengetahuan masyarakat terhadap Bank Syariah tentunya lebih sedikit dibandingkan dengan Bank Konvensional. Masih terbatasnya jumlah Bank Syariah yang ada ditengah masyarakat,

Perkantoran dan jaringan ATM Bank Syariah yang hanya ada ditengah Kota menyebabkan masyarakat masih kurang banyak mengenal Bank Syariah jika dibandingkan dengan Bank Konvensional yang telah membuka Unit di tingkat Kecamatan.Selain itu, kurangnya sosialisasi tentang Bank Syariah dan fakta bahwa masyarakat masih banyak yang membandingkan antara jumlah atau rasio bagi hasil yang ditawarkan Bank Syariah dengan jumlah bunga yang ada di Bank Konvensional juga menjadi alasan masih sedikitnya nasabah Bank Syariah dibandingkan dengan Konvensional.

c. Peluang

Mayoritas penduduk Kalimantan Selatan yang kebnayakannya memeluk agama Islam terkhususnya di Kota Banjarmasin, dapat membuat BRI syariah berkembang pesat dan cepat hingga apaliga seluruh masyarakat muslim lebih memilih untuk memanfaatkan bank yang berbasissyariah dari pada bank konvensional. Selain tu juga fatwa mengenai bunga bank juga ikut menjadikan bank syariah menjadi lebih sehat dan terpercaya untuk melakukan transaksi-transaksi bermuammalah.

d. Tantangan

Selain adanya peluang dalam BRI Syariah, maka ada pula yang dinamakannya sebuah tantangan yang harus dipecahkan, sampai saat ini, Bri Syariah dapat dikatan belum terlalu mapan, masih ada beberapa hal yang perlu dibenahi, terutama dalam hal manajemen, tugas dan wewenang, peraturan, dan struktur keorganisasian. Hubungan antara bank konvensional dengan perbankan syariah juga perlu diperjelas agar kedepannya lebih sinergis. Selajutnya dengan masih ada masyarakat yag memandangn bahwa

perbankan syariah dengan senyum sinis, terjadi mis-persepsi, seolah bank syariah itu ekslusif (hanya untuk orang Islam saja) namun untuk nonmuslim pun boleh membuka tabungan atau melakukan pembiayaan di BRI Syariah. Sistem bagi hasil yang kurang menguntungkan dan susah prosesnya, oleh sebab itu tentunya menjadi tantangan besar bagi pihak BRI Syariah untuk bisa berusaha mengubah pemikiran masyarakat yang memilki mindset seperti itu.