

BAB IV

GAMBARAN UMUM BANK MUAMALAT CABANG PALANGKA RAYA

A. Sekilas Tentang Bank Syari'ah di Palangka Raya

Pada masa ini untuk membantu pemerintah dalam meningkatkan perekonomian daerah atau negara dan merubah *mindset* masyarakat untuk menyimpan harta serta mengelolanya dengan baik telah berdiri lembaga-lembaga keuangan seperti bank.

Bank merupakan lembaga keuangan yang pada awalnya adalah tempat penukaran uang, kemudian berkembang menjadi tempat penyimpanan dana (simpanan) dan meminta tambahan dana (pembiayaan) bagi masyarakat. Dengan fungsi tersebut bank memiliki peranan penting untuk memperkenalkan kepada masyarakat untuk hidup hemat dengan menyimpan dana pada tempat yang aman dan sekaligus membantu perkembangan ekonomi di daerah tempat tinggal mereka dengan memperkenalkan bank menggunakan uang dari masyarakat tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang kekurangan dana.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008,

Bank adalah:

Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹

¹ Bank Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah*. Direktorat Hukum – Bank Indonesia, Mei 2012, h. 2

Selain dana dari masyarakat yang dihimpun dalam bentuk simpanan dan disalurkan kembali melalui pembiayaan atau kredit bank memiliki usaha tambahan yaitu memberikan jasa.

Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat dikatakan bahwa bank merupakan sebuah badan usaha yang berperan sebagai mediator (*intermediary institution*) antara pihak yang mengalami kekurangan dana (*deficit spending unit*) dengan pihak yang kelebihan dana (*surplus spending unit*). Bank menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki dana berlebih kemudian disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan atau kekurangan dana.

Teknik yang digunakan bank untuk menghimpun dana sama seperti halnya yang dilakukan perusahaan bisnis, yakni dengan menawarkan produk-produk yang menarik minat masyarakat menggunakannya dan bank dapat menghimpun dana dengan maksimal. Penciptaan produk berupa barang maupun jasa maka diharapkan dapat memberikan keuntungan selain bagi bank tersebut juga bagi para pengguna jasa perbankan. Pada masa ini telah dikenal bank dengan prinsip operasional yang berbeda yaitu bank syari'ah.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008, Bank Syari'ah adalah:

Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syari'ah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syari'ah dan Bank Pembiayaan Syari'ah.²

² Bank Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah.*, h. 3

Berdasarkan pendapat di atas bahwa pada dasarnya Bank Syari'ah sama dengan bank umum konvensional yang menghimpun dana dan menyalurkan dana menggunakan produk dan jasa, perbedaannya terletak pada prinsip operasional yang digunakan seperti sistem bunga. Pada bank syari'ah tidak dikenakan menggunakan sistem bunga karena dianggap riba nasi'ah tetapi sistem bagi hasil.

Bank Muamalat Cabang Palangka Raya merupakan salah satu Bank Umum Syari'ah yang berdiri di Palangka Raya memiliki ciri khas dalam pembuatan produk baik dari segi penghimpunan dan penyaluran dana yang memiliki karakteristik Islam sehingga terhindar dari larangan-larangan bisnis seperti maysir, gharar dan riba.

B. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Cabang Palangka Raya

Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Palangka Raya sendiri didirikan di Palangka Raya pada tanggal 20 Desember 2004, dan bertempat di Jl. Diponegoro No.17, Kelurahan Langkai, Kecamatan Pahandut, yang dulunya merupakan gedung Kantor Pos, namun dilakukan renovasi sesuai standar perbankan, sehingga menjadi Kantor Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Palangka Raya. Dengan alamat website resmi di www.muamalatBank.com, dan nomor telepon (0536) 3227092 / 3227462, serta fax (0536) 3227218.

Khusus untuk pulau Kalimantan, cabang Palangka Raya merupakan cabang kelima setelah Balikpapan, Samarinda, Banjarmasin dan Pontianak tetapi secara nasional merupakan cabang ke-37.³

C. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Palangka Raya

Sebelum membahas lebih mendalam terhadap visi Bank Muamalat Cabang Palangka Raya, ada baiknya terlebih dahulu mengetahui apa itu visi, Visi adalah pernyataan yang merupakan sarana untuk:

1. Mengkomunikasikan alasan keberadaan organisasi dalam arti tujuan dan tugas pokok.
2. Memperlihatkan *framework* hubungan antara organisasi dengan stakeholders (sumber daya manusia organisasi, konsumen/citizen, pihak lain yang terkait)
3. Menyatakan sasaran utama kinerja organisasi dalam arti pertumbuhan dan perkembangan.⁴

Pernyataan visi perlu diekspresikan dengan baik agar mampu menjadi tema yang mempersatukan semua unit dalam organisasi, menjadi media komunikasi dan motivasi semua pihak, serta sebagai sumber kreativitas dan inovasi organisasi.

Visi sangatlah penting dimiliki, tanpa adanya visi organisasi atau perusahaan akan sulit untuk memulai aktivitasnya, karena organisasi berada pada posisi tidak memiliki arah yang jelas dan bisa terpengaruh oleh keadaan sekitar yang belum tentu membawa organisasi atau perusahaan ke jalur yang benar. Tidak adanya tujuan berarti organisasi tersebut hanya menjadi pelengkap yang mengikuti arus tanpa bisa bersaing.

³ [Http://www.muamalatbank.com/index.php/home/news/muamalat_news/279](http://www.muamalatbank.com/index.php/home/news/muamalat_news/279) (online 29 Mei 2014, pukul 20.00)

⁴ Akdon, *Strategic Management For Educational Management: Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2009, h. 95

Menurut Sondang P. Siagian salah satu ciri organisasi yang berkinerja tinggi yang pertama adalah mempunyai arah yang jelas untuk ditempuh, di mana arah tersebut tercermin pada visi yang dimiliki oleh para manajer dalam organisasi tentang mau ke mana organisasi akan dibawa di masa depan dan mengapa.⁵

Dengan demikian setiap organisasi atau perusahaan harus memiliki visi yang tepat sebagai bentuk serta alasan kenapa organisasi tersebut berdiri. Tidak bisa dibayangkan jika organisasi hanya hadir sebagai pelengkap dan terombang ambing oleh keadaan karena tidak memiliki perencanaan dan langkah-langkah untuk mendapatkan hasil yang jelas.

Pada dasarnya setelah organisasi menentukan visi yang tepat terhadap kehadirannya, maka selanjutnya adalah menentukan misi yang tepat dan sesuai dengan visi mereka. Karena di dalam misi tersebut merupakan langkah-langkah perencanaan untuk mencapai harapan organisasi atau perusahaan.

Misi adalah pernyataan mengenai hal-hal yang harus dicapai organisasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan di masa datang. Pernyataan misi mencerminkan tentang segala sesuatu penjelasan tentang bisnis/produk atau pelayanan yang ditawarkan yang sangat diperlukan oleh masyarakat untuk pencapaian misi.⁶

Dalam menyusunnya, misi suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa elemen, yang harus dipertimbangkan oleh pembuat strategi agar misi tersebut

⁵ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000, h. 43

⁶ Akdon, *Strategic Management For Educational Management...*, h. 97

dapat benar-benar mencerminkan apa yang ingin dilakukan oleh perusahaan.

Elemen-elemen tersebut berupa:

1. Sejarah masa lalu perusahaan.
2. Keinginan dari pemilik atau manajemen puncak.
3. Perubahan lingkungan industri.
4. Keterbatasan sumber daya (tenaga kerja, modal, ketrampilan,
5. Keunggulan inti yang dimiliki agar dapat bersaing.⁷

Adapun visi dan misi Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya adalah sama sesuai dengan visi dan misi pada kantor pusat yakni Bank Muamalat Indonesia, yaitu:⁸

1. Visi Bank Muamalat Indonesia

Menjadi Bank Syari'ah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

2. Misi Bank Muamalat Indonesia

Menjadi *Role Model* Lembaga Keuangan Syari'ah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada *stakeholder*.

D. Produk-Produk Bank Muamalat Cabang Palangka Raya

Sebagai organisasi yang berada pada bidang bisnis sudah tentu bank perlu menciptakan produk-produk yang kemudian ditawarkan kepada konsumen. Produk merupakan sarana untuk mengumpulkan dana dari masyarakat demi mempertahankan kegiatan bisnisnya.

⁷ Agustinus Sri Wahyudi *Manajemen Strategik Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1996, h. 41-42

⁸ *Print Out Sekilas Tentang Bank Muamalat*, Seminar GRESS di STAIN Palangkaraya, Tanggal 19 Desember 2013.

Untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk, Bank Muamalat Cabang Palangka Raya menawarkan produk yang beraneka ragam bentuk, akad serta manfaatnya. Produk-produk tersebut antara lain:

1. Tabungan Ummat

Merupakan investasi tabungan dengan akad Mudharabah di Counter Bank Muamalat di seluruh Indonesia maupun di Gerai Muamalat yang penarikannya dapat dilakukan di seluruh Counter Bank Muamalat, ATM Muamalat, Jaringan ATM BCA/PRIMA dan jaringan ATM Bersama. Tabungan Ummat dengan Kartu Muamalat juga berfungsi sebagai akses debit di seluruh *Merchant* Debit BCA/PRIMA di seluruh Indonesia. Nasabah memperoleh bagi hasil yang berasal dari pendapatan Bank atas dana tersebut.

2. Tabungan Haji Arafah

Merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Selain itu produk ini dilengkapi dengan fasilitas asuransi jiwa, Insya Allah pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin. Keistimewaan tersebut, nasabah tabungan Arafah bisa memilih jadwal waktu keberangkatannya sendiri dengan setoran tetap tiap bulan, keberangkatan nasabah terjamin dengan asuransi jiwa, apabila nasabah meninggal dunia, maka ahli waris otomatis dapat berangkat.

Tabungan Haji Arafah juga menjamin nasabah untuk memperoleh porsi keberangkatan (sesuai dengan ketentuan Departemen Agama), karena Bank Muamalat telah *on-line* dengan Siskohat Departemen Agama Republik Indonesia. Tabungan Haji Arafah memberikan keamanan lahir batin karena dana yang disimpan akan dikelola secara Syari'ah.

3. Tabungan Muamalat Umroh (Muamalat Umroh Savings)

Merupakan jenis tabungan yang peruntukkan bagi nasabah yang ingin merencanakan berangkat umroh dengan pembukaan rekening yang ringan hanya Rp. 200.000 dan setoran minimum bulanan minimum Rp. 100.000 serta tanpa biaya pembukaan dan administrasi bulanan. Selain setoran ringan nasabah juga mendapatkan bagi hasil yang optimal, adanya perlindungan asuransi jiwa gratis sebesar Rp. 20.000.000.

Nasabah juga mendapatkan keuntungan lain seperti biaya penutupan sebelum target dana tercapai hanya Rp. 100.000, adanya fasilitas pembiayaan umroh sehingga tanpa menunggu dana tercapai sudah bisa berangkat (syarat dan ketentuan berlaku) serta online di seluruh cabang Bank Muamalat.

4. Produk Tabungan Muamalat iB

Produk tabungan yang memberikan multi fasilitas yang dapat digunakan untuk beragam jenis transaksi. Produk ini dilengkapi dengan pilihan jenis kartu ATM dan debit sesuai dengan kebutuhan transaksi

nasabah seperti Kartu *Reguler*⁹ dan Kartu *Gold*¹⁰. Kenyamanan bertransaksi kapan dan dimana saja melalui layanan Electronic Banking Bank Muamalat mencakup ATM, *Internet Banking*, dan *Phone Banking*. Selain itu Bank Muamalat menyediakan fasilitas SOPP (*System Online Payment Point*) di Kantor Pos seluruh Indonesia untuk memudahkan nasabah melakukan penyetoran.

Produk tabungan memberikan keuntungan kepada nasabah yang menggunakan produk ini. Nasabah dapat menikmati program Muamalat Berbagi Rezeki yang menawarkan berbagai keuntungan sepanjang tahun seperti kesempatan mendapatkan hadiah, subsidi biaya transaksi electronic banking dan subsidi belanja dengan kartu debit Bank Muamalat. Selain itu produk ini memberikan 2 pilihan akad yaitu akad mudharabah dan wadiah sehingga nasabah bisa memilih produk berdasarkan prinsip yang dikehendaki.

5. TabunganKu

TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Produk ini menggunakan prinsip titipan (*wadiah*) yang memberikan keuntungan seperti bebas biaya administrasi bulanan, biaya

⁹ Memiliki keleluasaan transaksi di ATM dalam negeri dan Malaysia melalui jaringan ATM Bank Muamalat, ATM Bersama, ATM Prima, MEPS, serta pembayaran belanja di jaringan Merchant Prima Debit.

¹⁰ Memiliki keleluasaan transaksi ATM di seluruh dunia melalui jaringan ATM Muamalat, ATM Bersama, ATM Prima, MEPS, ATM Plus / Visa, serta pembayaran belanja di jaringan merchant Visa.

penarikan tunai di counter teller, biaya pergantian buku tabungan apabila hilang atau rusak untuk pertama kali, setoran awal pembukaan rekening minimum Rp. 20.000 dan setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000. selain itu nasabah berkesempatan mendapatkan bonus bulanan dan dapat digunakan sebagai rekening sumber untuk pembayaran angsuran pembiayaan di Bank Muamalat dan pengebetan rutin.

6. Tabungan Muamalat Prima iB

Tabungan Muamalat Prima iB adalah produk yang memberikan hasil maksimal seperti deposito dengan kenyamanan sebarang tabungan. Produk ini dilengkapi dengan kartu gold untuk keleluasaan transaksi ATM dan pembayaran belanja di seluruh dunia melalui jaringan ATM Muamalat, ATM Bersama, ATM Prima, MEPS, ATM Plus/Visa serta jaringan merchant Visa. Selain itu Bank Muamalat menyediakan fasilitas SOPP (*System Online Payment Point*) di Kantor Pos seluruh Indonesia untuk memudahkan nasabah melakukan penyetoran. Produk ini lebih menguntungkan dengan adanya program waad nisbah yaitu komitmen bonus berupa tambahan nisbah atas counter yang berlaku.

7. Deposito Muamalat

Deposito Muamalat adalah deposito yang menggunakan prinsip syari'ah menggunakan mata uang rupiah dan dolar Amerika yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal.

Produk ini menguntungkan karena nasabah akan memperoleh bagi hasil yang sangat menarik dan optimal setiap bulan. Dana investasi

nasabah dikelola secara syari'ah sehingga memberikan ketenangan batin dalam berinvestasi. Tersedia pilihan jangka waktu berinvestasi yang beragam. Selain itu produk deposito muamalat dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan atau referensi Bank Muamalat serta bagi deposito fulinves nasabah akan memperoleh fasilitas asuransi jiwa syari'ah senilai deposito atau maksimal Rp. 50.000.000/nasabah.

8. Giro Muamalat Attijary iB

Giro Muamalat Attijary iB adalah produk giro berbasis akad *wadiah* yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Produk ini merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah perorangan maupun non-perorangan yang didukung oleh fasilitas *Cash Management*.

Keuntungan yang didapat nasabah bila menggunakan produk Giro Muamalat Attijary iB adalah kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi, bebas biaya administrasi bulanan, tersedia dalam 3 jenis mata uang seperti IDR, USD, SGD serta fasilitas kartu ATM reguler untuk nasabah perorangan.

9. Giro Muamalat Ultima iB

Giro Muamalat Ultima iB adalah produk giro berbasis akad *mudharabah* yang memberikan kemudahan bertransaksi dan bagi hasil yang kompetitif. Produk ini merupakan sarana bagi nasabah perorangan maupun non-perorangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus memberikan bagi hasil yang optimal.

Keuntungan yang didapatkan nasabah bila menggunakan produk ini seperti kemudahan pengaturan likuiditas nasabah, tersedia dalam 2 jenis mata uang IDR dan USD serta fasilitas kartu ATM Visa Debit Gold untuk nasabah perorangan.

10. KPR Muamalat iB

KPR Muamalat iB merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan hunian sesuai dengan prinsip syari'ah yang tidak hanya memberikan keuntungan tetapi jua ketenangan hati dalam bertransaksi. Produk ini dapat digunakan untuk kepemilikan rumah, apartemen (*inden* atau *ready stock*), alih KPR, pembangunan dan renovasi. Bank Muamalat juga bekerja sama dengan sejumlah developer untuk memastikan kemudahan proses kepemilikan properti.

Produk ini mengutamakan kemudahan dengan uang muka mulai dari 10% dari harga properti, angsuran tetap hingga 15 tahun, melayani siapa saja baik pegawai negeri maupun wiraswasta, proses cepat dan fleksibel dalam pembayaran seperti mempercepat pelunasan tanpa memberikan pinalti kepada nasabah.

11. Pembiayaan Berbasis Jual Beli (Trading-Based Financing)

- a. Piutang Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian.
- b. Piutang Salam adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari dimana pembayaran dilakukan dimuka secara tunai.

c. Piutang Istishna' adalah jual beli dimana produsen (shaani') ditugaskan untuk membuat suatu barang pesanan dari pemesan (mustashni'). Istishna mirip dengan salam yaitu dari segi obyek pesannya harus dibuat atau dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus. Perbedaannya, pembayaran Istishna' dapat dilakukan di awal, di tengah, atau di akhir pesanan. Konsep Istishna cocok untuk pembiayaan pembangunan gedung dan penyediaan barang atau aset yang memiliki kriteria spesifik.

12. Pembiayaan Berbasis Bagi Hasil (Profit Sharing-Based Financing)

- a. Pembiayaan Musyarakah adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana, pekerjaan atau keahlian dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.
- b. Pembiayaan Mudharabah adalah kerjasama antara dua pihak dimana salah satu pihak (bank) bertindak sebagai penyedia dana (Shahibul maal), dan pihak lain (nasabah) bertindak sebagai pengelola usaha (mudharib). Dalam hal ini, bank menyerahkan modalnya kepada nasabah untuk dikelola.

13. Pembiayaan Berbasis Sewa (Leasing-Based Financing)

- a. Pembiayaan Ijarah adalah perjanjian antara bank sebagai pemberi sewa (*mu'ajjir*) dengan nasabah selaku penyewa (*musta'jir*) atas suatu

barang atau asset milik bank. bank mendapatkan imbalan jasa atas barang atau asset yang disewakannya.

- b. Pembiayaan Ijarah Muntahia Bittamlik (IMBT) adalah perjanjian antara bank sebagai pemberi sewa (*mu'ajjir*) dengan nasabah selaku penyewa (*musta'jir*). Dengan konsep IMBT, nasabah (penyewa) setuju akan membayar uang sewa selama masa sewa yang diperjanjikan dan bila sewa berakhir penyewa mempunyai hak opsi untuk memindahkan kepemilikan obyek sewa tersebut dari pemberi sewa.

14. Muamalat Remittance iB

Muamalat Remittance iB merupakan layanan pengiriman dana dalam mata uang asing dari dan ke berbagai negara di seluruh dunia. Layanan Muamalat Remittance iB memiliki 3 jenis layanan yang bisa dinikmati oleh nasabah perorangan dan instansi antara lain:

- a. *Commercial Remittance* merupakan layanan pengiriman dan penerimaan valuta asing dalam dan luar negeri. Layanan ini tersedia dalam mata uang dari 150 negara. Dengan menggunakan SWIFT (*Society for World wide Interbank Financial Telecommunication*), maka Bank Muamalat dapat mengirim dan menerima informasi financial, termasuk transaksi remittance yang lebih cepat dan aman. Bank Muamalat juga tergabung dalam jaringan kliring USD lokal guna menjamin kecepatan, kemudahan, dan keamanan pengiriman dana nasabah tujuan domestik.

- b. Kas Kilat Muamalat merupakan layanan bagi masyarakat dan tenaga kerja Indonesia di luar negeri seperti Saudi Arabia dan Malaysia agar dapat melakukan pengiriman uang untuk keluarga yang berada di Indonesia dengan mudah, cepat, dan aman. Layanan ini disediakan bekerja sama dengan National Commercial Bank of Saudi Arabia, Bank Muamalat Malaysia Berhad dan Maybank Malaysia.
- c. Bank Muamalat dan Western Union bekerja sama dalam menyediakan layanan pengiriman uang dari dan ke berbagai negara dunia tanpa harus membuka nomor rekening. Layanan ini tersedia di seluruh jaringan kantor Cabang Bank Muamalat berlogo Western Union.

E. Struktur Organisasi Bank Muamalat Cabang Palangka Raya

Robbin mengemukakan bahwa organisasi adalah kesatuan (*entity*) sosial yang dikoordinasikan secara sadar dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau kelompok tujuan.¹¹

Organisasi terbentuk dari berbagai individu yang memiliki karakter dan kemampuan yang berbeda. Mereka berkumpul demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Struktur organisasi diperlukan untuk menghindari terjadinya *double position* yang mengakibatkan kinerja terhambat.

Struktur organisasi pada dasarnya adalah merupakan proses pemilahan dan pengelompokan kegiatan dalam organisasi. Struktur organisasi mencerminkan gambaran tentang proses spesialisasi dan koordinasi dalam

¹¹ Akdon, *Strategic Management For Educational Management....*, h. 45

organisasi, juga penentuan siapa yang bertanggung jawab tentang apa dan kepada siapa. Tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap posisi dalam organisasi harus dirumuskan dengan jelas, sehingga tanggung jawab untuk hasil akhirnya dapat diukur dengan mudah.¹²

Adapun struktur organisasi Bank Muamalat Cabang Palangka Raya adalah sebagai berikut:

¹² Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syari'ah*, Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006, h. 108.

Tabel 2.
Karyawan Bank Muamalat Palangka Raya Tahun 2014

Cabang Palangka Raya		
No	Nama	Posisi
1	Imam Puji Raharjo	Branch Manager Palangka Raya Branch
2	Kaspul Anwar Bahrani	Operation Manager Palangka Raya Branch
3	Robbyn Noor Masipura	Coordinator Of Financing Palangka Raya Branch
4	Muhammad Rudiansyah	Coordinator Of Funding Palangka Raya Branch
5	Edil Taupik	Operation Offcer Palangka Raya Branch
6	Muhammad Imam Ma'Sum	Personalia Palangka Raya Branch
7	Mutia Pratiwi Ayuningtyas	Staff USP Palangka Raya Branch
8	Wari' Atuzzuhur	Relationship Manager Palangka Raya Branch
9	Daliya Wulandarie	Service Assistant Financing Palangka Raya Branch
10	Micel Istiqrar	USP Staff Palangka Raya Branch
11	Mida Izatul Chasanah	Support & Legal Staff Palangka Raya Branch
12	Siska Aprilianis	Account Manager Palangka Raya Branch
13	Muhajirin	Back Office Staff Palangka Raya Branch
14	Ainun Nazhifah	Service Assistant Palangka Raya Branch
15	Trisna Wijayanti	Teller Palangka Raya Branch
16	Marwan Efendi	Account Manager Remedial Palangka Raya Branch
17	Zaid Ammar	Staf Back Office Palangka Raya Branch
18	Muhammad Taufik Rahman	Account Manager Palangka Raya Branch
19	Nurul Alfriani Rahmadani	Account Manager Palangka Raya Branch
20	Martha Prasetyo Utomu	Customer Service Palangka Raya Branch
21	Ahmad Nuril Anwar	Relationship Manager Palangka Raya Branch
22	Nuraini Wahyu Setyaningrum	Customer Service Palangka Raya Branch
23	Kharina Liana Cita	Teller Palangka Raya Branch
24	Elly Rahmawati	Teller Palangka Raya Branch

25	Leylia Arum Amalun Nisa	Customer Service Palangka Raya Branch
26	Ade Hilman Fikry	Back Office Staff Palangka Raya Branch
27	Ridwan Chalid	Service Assistant Financing Palangka Raya Branch
28	Ainul Helmi Ferdynansyah	Legal USP Palangka Raya Branch
29	Sri Fatimah	Back Office Kahayan Sub Branch
30	Nur Idayati	Financing Risk Staff Palangka Raya Branch
31	Agit Fitria Lestari	Teller Palangka Raya Branch
32	Khaerur Rohman	Back Office Staff Palangka Raya Branch
33	Rachmi Imaniar	Teller Palangka Raya Branch
34	Fariz Zakaria	Back Office Staff Palangka Raya Branch
35	Muhammad Ramdani	Customer Service Palangka Raya Branch
36	Pambudi Widyaskara	Teller Palangka Raya Branch
37	Suekoso	Service Assistant Financing Palangka Raya Branch
38	Septinanda Putera Perdana	Customer Service Palangka Raya Branch
39	Yusup Ramadan	Account Manager Financing Palangka Raya Branch
40	M. Iqbal Handewaputra	Relationship Manager Funding Palangka Raya Branch
Kas Ahmad Yani		
41	Muhhalimmah	Teller Kas Ahmad Yani
42	Ndy	Relationship Manager Kantor Kas Ahmad Yani
Cabang Pembantu Kahayan		
43	Fakhrudin	Head Financing Palangka Raya Branch
44	Lisa Nazla	Back Office Staff Kahayan Sub Branch
45	Dien Ajeng Fauziah	Teller Kahayan Sub Branch
46	M. Zaki Yamani	Account Manager Palangka Raya Branch
47	Agus Lukman Fitriyan	Relationship Manager Kahayan Sub Branch
48	Kasdullah	Account Manager Palangka Raya Branch
49	Silvi Sarinastiti	Customer Service Kahayan Sub Branch
Mobile Branch		
50	Midun Adi Saputra	Customer Service Mobile Branch
51	Wulansari	Teller Mobile Branch

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa jumlah karyawan pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya Tahun 2014 sebanyak 51 orang yang terdiri dari 30 karyawan laki-laki dan 21 orang karyawan wanita. Dengan rincian sebanyak 40 karyawan di kantor cabang (25 orang laki-laki dan 15 orang perempuan), 2 orang di kantor kas (2 orang perempuan), 7 orang di kantor cabang pembantu (4 orang laki-laki dan 3 orang perempuan) dan 2 orang pada mobile Branch (1 orang laki-laki dan 1 orang perempuan). Namun jumlah ini tidak termasuk pegawai pihak ke tiga seperti security, driver maupun petugas pantry.

BAB V
STRATEGI PEMASARAN BANK MUAMALAT CABANG
PALANGKA RAYA DALAM MENINGKATKAN PANGSA PASAR

A. Dasar Penentuan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan salah satu aspek di dalam manajemen strategi yang penting dan harus dimiliki oleh setiap organisasi bisnis seperti perbankan. Karena persaingan perbankan dan situasi bisnis di pasar saat ini berubah dengan sangat cepat. Kondisi tersebut berhadapan pula dengan sistem pasar global dengan tingkat persaingan yang semakin tajam di pasar domestik maupun pasar Internasional.¹³

Ketika ingin menentukan strategi pemasaran, bank syari'ah terlebih dahulu memperhatikan keadaan lingkungan organisasi atau perusahaan, karena mustahil apabila sebuah organisasi yang berorientasi kepada pendapatan dan keuntungan dapat menentukan strategi yang efektif tanpa terlebih dahulu melihat keadaan internal maupun eksternal organisasi.

Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dan diperhitungkan sebelum menentukan strategi terutama dalam bidang pemasaran. Hal ini dilakukan agar terbentuk strategi pemasaran yang tepat dan sesuai sehingga tujuan bank syari'ah dapat tercapai. Menurut Bp. Rn untuk mempelajari

¹³ Adiwarman Karim. *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2004, h. 17

aspek-aspek tersebut Bank Muamalat Cabang Palangka Raya menggunakan analisis SWOT.¹⁴

SWOT merupakan singkatan dari “strength,” (kekuatan), “weakness,” (kelemahan), “opportunities,” (peluang), dan “threats,” (ancaman). SWOT dapat dikatakan sebagai instrumen yang ampuh untuk menentukan strategi termasuk dalam pemasaran. Dengan menganalisis 4 aspek tersebut perbankan dapat memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat pada perbankan dan menekan dampak ancaman yang timbul akibat perkembangan ekonomi.

Ismail Solihin mengungkapkan pada bukunya Manajemen Strategik hasil dari analisis SWOT adalah identifikasi *distinctive competencies* perusahaan yang berasal dari sumber daya dan kemampuan internal yang dimiliki perusahaan serta sejumlah peluang yang selama ini belum dimanfaatkan perusahaan, misalnya akibat adanya kekurangan dalam kemampuan internal perusahaan.¹⁵

Oleh sebab itu sebelum menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan Bank Muamalat terlebih dahulu menganalisis keadaan lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan analisis SWOT. Kemudian hasil

¹⁴ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya, Tanggal 26 Mei 2014.

¹⁵ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga, 2012 h. 164

dari analisis tersebut akan menjadi dasar dalam menentukan dan menerapkan strategi pemasaran.¹⁶

Hasil dari analisis SWOT yang telah dilakukan oleh Bank Muamalat Cabang Palangka Raya antara lain sebagai berikut:

1. Analisis kekuatan

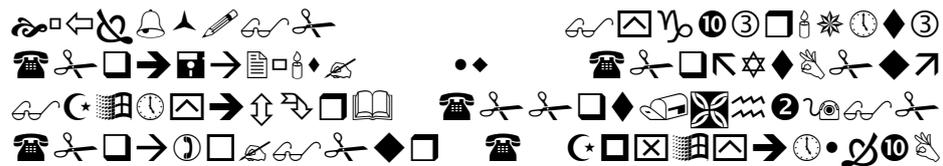
Adapun beberapa segi yang menjadi kekuatan pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya yaitu:

a. Dari segi produk

Menurut Bp. Rn kekuatan dari Bank Muamalat Cabang Palangka Raya terdapat pada produk yang ditawarkan dengan mengutamakan kehalalannya. Sehingga mampu menghilangkan perasaan yang tidak nyaman bagi nasabah dalam bertransaksi terhadap produk dan keuntungan yang masih bersifat bunga jika ingin mendapatkan profit yang besar pada bank konvensional.¹⁷

Alasan ini cukup mendasar karena menurut pandangan ulama bunga bank telah ditetapkan sebagai riba nasi'ah yang tidak boleh digunakan karena dapat merugikan orang lain dan bank itu sendiri.

Hal ini sebagaimana tercantum pada ayat Al-Quran surat Ali Imran:130 yakni :



¹⁶ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya, Tanggal 26 Mei 2014.

¹⁷ *Ibid.*,



Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung” (Q.S. Ali-Imran : 130)¹⁸

Bank Muamalat Cabang Palangka Raya menawarkan produk-produk berkualitas yang memiliki fasilitas dan memberikan keuntungan yang mampu bersaing dengan bank konvensional dan bank syariah lainnya. Ini dilakukan demi memenuhi kebutuhan hidup masyarakat yang saat ini beraneka ragam. Selain keanekaragaman jenis produk, Bank Muamalat Cabang Palangka Raya memiliki ATM yang tersebar di berbagai tempat perekonomian sehingga mempermudah dalam transaksi nasabah.

b. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya menurut Bp Rn memiliki kemampuan yang sesuai dengan standar yang diinginkan. Ini dikarenakan saat penerimaan tenaga kerja pihak bank menyeleksi berdasarkan 3 kriteria seperti;¹⁹

Pertama, Competence (kemampuan), maksudnya SDM tersebut harus memiliki kemampuan untuk menjalankan semua tugas yang diberikan dan memiliki keahlian yang mendukung pekerjaan nantinya.

Kedua, Contribution (kontribusi), maksudnya SDM harus dapat memberikan kontribusi positif agar turut membantu dalam kegiatan

¹⁸ Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahannya Juz 1-30 Edisi Revisi*. Surabaya: Karya Agung, 2006, h. 84

¹⁹ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

bisnis yang terlihat dari kemampuan SDM memberikan solusi untuk menyelesaikan sebuah masalah yang sedang terjadi.

Ketiga, Character (karakter), maksudnya SDM haruslah memiliki kepribadian yang mencerminkan etika yang sesuai dengan syariat Islam. Sebab bank syari'ah merupakan organisasi bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam.

Kemudian dari segi usia, SDM Bank Muamalat Cabang Palangka Raya rata-rata masih sangat muda sehingga spirit bersaing mereka masih sangat tinggi. Hal ini bisa membantu kegiatan bisnis terutama bagian *marketing* yang memerlukan tenaga dan usaha yang lebih besar.

c. Segi Saluran Distribusi

Menurut Bp. Rn lokasi kantor Bank Muamalat berada pada tempat yang strategis yaitu di daerah bisnis perbankan dan sangat mudah untuk dijangkau oleh masyarakat terutama nasabah. Kemudian jaringan ATM Muamalat cukup banyak dan tersebar di kota Palangka Raya, seperti di pusat perbelanjaan (hypermart dan pasar besar), jalur lintas kabupaten, dan di daerah universitas.²⁰

Bank Muamalat saat ini cukup banyak bekerja sama dengan developer perumahan. Semua ini dilakukan untuk mempermudah dan memberikan kenyamanan kepada nasabah yang ingin menggunakan produk-produk pembiayaan seperti KPR di Bank Muamalat Cabang Palangka Raya.

²⁰ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya, Tanggal 26 Mei 2014.

d. Dari Segi Pencitraan

Sebagai bank murni syari'ah yang pertama berdiri di Kota Palangka Raya, Bank Muamalat sudah terlebih dahulu dikenal oleh masyarakat baik muslim maupun non muslim. Setiap karyawan di Bank Muamalat selalu menggunakan pakaian berwarna ungu yang menjadi identitas pembeda dengan bank syari'ah lain dan bagi perempuan tidak diperkenankan menggunakan celana ketika bekerja tetapi harus menggunakan rok.²¹

2. Analisis Kelemahan

Seperti organisasi bisnis lain, Bank Muamalat Cabang Palangka Raya memiliki beberapa kelemahan seperti;

Pertama, tingginya tingkat pengunduran diri (*Turn Over*) karyawan yang pada umumnya lebih memilih bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil dan menikah dengan sesama karyawan sehingga salah satu harus ada yang berhenti. Ini mengakibatkan berkurangnya SDM yang telah memiliki kemampuan dan keterampilan pada Bank Muamalat Cabang Palangka Raya.²²

Kedua, usia kerja rata-rata karyawan berkisar 2 tahun sehingga karyawan memiliki jam terbang yang sedikit atau kurang berpengalaman.

²¹ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

²² Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

Apalagi masih ada karyawan yang pendidikannya bukan berasal dari lulusan ekonomi syari'ah atau perbankan syari'ah.²³

Ketiga, Bank Muamalat Cabang Palangka Raya masih mengalami kendala klasik yang telah ada sejak pertama kali bank syari'ah berdiri, yaitu masyarakat atau calon nasabah masih belum mengerti perbedaan antara bagi hasil dan bunga. Sehingga mereka menganggap bank syari'ah dengan bank konvensional sama saja.²⁴

Keempat, Calon nasabah yang menjadi tujuan *marketing* telah membuka rekening di bank lain dan telah memiliki hubungan yang baik dengan bank tersebut. Sehingga tidak mudah untuk membuat calon nasabah tersebut beralih menggunakan produk Bank Muamalat Cabang palangka Raya.²⁵

Kelima, Calon nasabah sering sekali tidak menggunakan produk Bank Muamalat karena produsen tempat calon nasabah mengambil/membeli barang telah menggunakan bank lain sebagai sarana pembayarannya. Sehingga menurut mereka hal ini bisa mempersulit dan menjadi kendala bagi kelancaran bisnis mereka.²⁶

3. Analisis Peluang/Opportunities

Palangka Raya merupakan Ibukota Provinsi Kalimantan Tengah yang saat ini pendapatan per kapita tertinggi Se-Indonesia. Oleh karena

²³ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

²⁴ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

²⁵ *Ibid.*,

²⁶ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

itu, masih terdapat banyak wilayah bisnis yang bisa dimanfaatkan. Selain itu peluang untuk meningkatkan pangsa pasar dari segi tabungan masih cukup besar karena setiap tahunnya jumlah mahasiswa yang kuliah di Palangka Raya semakin bertambah dan terdapat banyak lahan kosong yang belum dimanfaatkan. Oleh karena itu peluang untuk pembiayaan KPR baik rumah dan ruko terbuka lebar.²⁷

4. Analisis Ancaman/ Threat

Menurut Bp. Rn Bank Muamalat Cabang Palangka Raya memiliki beberapa ancaman yang harus diperhatikan seperti; bertambahnya Kantor Bank Syari'ah seperti BNI Syari'ah, BRI Syari'ah dan BPRS Mitra Amanah bisa menjadi ancaman dalam meningkatkan *market share* karena jumlah pesaing yang sama-sama menawarkan produk dan layanan berdasarkan syariat Islam telah bertambah.²⁸

Dari segi produk dan layanan, bank syari'ah lain memberikan kemudahan dalam proses pembiayaan sehingga waktu yang dibutuhkan lebih cepat khususnya di mikro dengan plafond s/d 500 Juta. Penetapan harga produk-produk saat ini lebih kompetitif dari pada sebelumnya. Agar antara nasabah dengan bank syari'ah memiliki tali silaturahmi yang baik, bank syari'ah lain memberikan layanan khusus bagi nasabah prima. Selain

²⁷ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

²⁸ *Ibid.*,

itu diperkuat dengan adanya ketentuan Pemerintah Kota Palangka Raya untuk perumahan tanahnya perkapling minimal seluas 200 m².²⁹

B. Strategi Pemasaran Meningkatkan Pangsa Pasar

Strategi pemasaran ibarat sebuah senjata yang sangat diperlukan untuk memenangkan pertempuran di medan perang, tanpa adanya itu semua produk yang ada tidak akan memiliki arti sehingga jangankan meningkatkan pangsa pasar mempertahankan saja akan lebih sulit.

Biasanya ada beberapa tahapan strategi pemasaran dalam meningkatkan *market share* ketika telah mengetahui dan mempelajari kekuatan, kelemahan, keuntungan serta ancaman dari lingkungan internal dan eksternal organisasi.

Adapun tahapan strategi pemasaran yang dilakukan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Segmentasi Pasar

Menurut Bp. Rn Bank Muamalat Cabang Palangka Raya pada saat ini fokus kepada sektor ritel yaitu: usaha mikro, UMKM dan konsumtif atau menerapkan *concentrated marketing*³⁰. Dasar yang menjadikan fokus kepada sektor ritel karena Kota Palangka Raya memiliki sumber daya alam dan sumber daya manusia yang melimpah, ini terlihat dari banyaknya lahan kosong yang akan dimanfaatkan sebagai perumahan atau pertokoan. Selain itu, Palangka Raya merupakan Ibu Kota Provinsi Kalimantan Tengah yang menjadi tujuan masyarakat dari pedesaan dalam mencari

²⁹ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

³⁰ Perusahaan fokus kepada pasar yang relatif sempit, tetapi memiliki potensi pasar yang besar. Lihat: Sofiniyah Ghufron, *Briefcase Book Edukasi Profesional Syari'ah: Dasar dan Strategi Pemasaran Syari'ah.*, h. 50.

kehidupan serta melanjutkan pendidikan. Sehingga laju lalu lintas keuangan setiap tahun meningkat.³¹

Pemilihan sektor usaha mikro, kecil dan menengah sebagai segmentasi Bank Muamalat Cabang Palangka Raya tidak lepas dari prinsip utama bank syari'ah menuju pada pengembangan kesejahteraan masyarakat yang bermuara kepada kondisi sosial masyarakat yang menentramkan.³² Serta untuk mendidik masyarakat agar berpikir secara ekonomis, berperilaku bisnis dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.³³

Kemudian mengingat keunggulan yang dimiliki dari usaha mikro, kecil dan menengah sebagai tonggak penyokong ekonomi nasional, yaitu dikarenakan usaha UMKM memiliki peran yang sangat signifikan bagi pencapaian program pemerintah dalam hal mengurangi pengangguran dan mengentaskan kemiskinan.³⁴

Selain itu Ibu. Ndy mengatakan bahwa pangsa pasar Bank Muamalat tidak membatasi pada golongan tertentu, ini dibuktikan banyak nasabah dari Bank Muamalat yang terdiri dari: nasabah non-muslim baik laki-laki atau perempuan, anak-anak-anak atau orang tua, pejabat atau pedagang bahkan cacat fisik juga diterima asalkan sesuai kriteria dan memenuhi persyaratan sebagai nasabah. Menurutnya tanpa membatasi segmen/calon

³¹ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

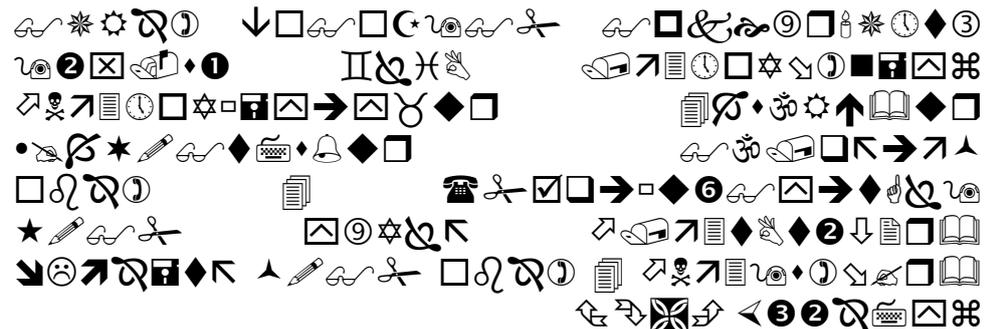
³² Sofiniyah Ghufron, *Briefcase Book Edukasi Profesional Syari'ah: Konsep dan Implementasi Bank Syari'ah*. Jakarta: Renaisan, h. 13

³³ *Ibid.*, h. 27

³⁴ Muhammad, *Bank Syari'ah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, Ed. 1, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005, h. 135

nasabah maka hasil yang akan di dapat menjadi lebih besar dan bermanfaat bagi perusahaan dan masyarakat.³⁵

Prinsip tidak membeda-bedakan calon nasabah ini sesuai dengan anjuran di dalam Alquran pada surah Al-Hujurat : 13 yaitu:



Artinya: Wahai manusia! Sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling kenal-mengenal. Sungguh yang mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh Allah Maha mengetahui Maha teliti.³⁶

2. Target *Market Share*

Bisnis syari'ah memiliki tujuan mendapatkan keuntungan yang banyak tanpa menggunakan cara-cara yang dilarang oleh syariat Islam. Begitu pula yang diinginkan oleh Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Jika dilihat dari jumlah pada tahun 2014 jumlah dana yang ingin diperoleh pada bagian *funding* sebesar 396 miliar, sedangkan *financing* sebesar 331 miliar. Tetapi, apabila dilihat dari persentasi tetap target yang ingin dicapai adalah 5% dari total perbankan. Ini bukan target yang mudah karena jumlah pesaing semakin bertambah sehingga perebutan nasabah meningkat.

³⁵ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

³⁶ Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahannya Juz 1- 30 Edisi Revisi...*, h. 745

3. Posisi Pasar Bank Muamalat Cabang Palangka Raya

Sebagai Bank Syari'ah Pertama produk-produk yang ditawarkan semua berdasarkan syariat Islam dan semua itu telah berdasarkan aturan yang ditetapkan oleh Dewan Syari'ah Nasional. Sehingga apabila Bank Muamalat melakukan bisnis yang tidak sesuai dengan syariat Islam dan aturan undang-undang akan mendapat teguran seperti produk tersebut tidak boleh dipasarkan bahkan bisa sampai pencabutan surat izin pendirian.

Menurut Ibu. Ndy berhubung Bank Muamalat Cabang Palangka Raya merupakan bank murni syari'ah yang berdiri di Palangka Raya maka lebih dulu dikenal oleh masyarakat. Produk dan jasa yang ditawarkan lebih beragam dan sesuai dengan kebutuhan nasabah serta memberikan ketenangan hati karena kehalalannya tanpa melupakan bagi hasil yang menguntungkan.³⁷

Dengan berdasarkan tiga aspek tersebut Bank Muamalat menggunakan beberapa strategi pemasaran untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya yaitu:

1. Strategi Berorientasi dengan konsumen (*Costumer Orientation*) yang terdiri dari :

³⁷ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

- a. Kualitas (*quality*) ialah mengutamakan *Total Quality Management* (TQM) yaitu efektif, efisien dan tepat.
 - b. Kenyamanan (*convenience*) yaitu memfokuskan perhatian pada kesenangan hidup, kenyamanan, dan kenikmatan.
 - c. Inovasi (*innovation*) yaitu berkonsentrasi untuk berinovasi dalam produk, jasa, maupun proses.
 - d. Kecepatan (*speed*) atau *Time Compression Management* (TCM)
2. Mengembangkan Layanan Berbasis Teknologi
 3. Pendekatan Promosi (*Promotion Approach*)

Strategi pemasaran ini dipilih karena melihat hasil analisis SWOT dari Bank Muamalat. Menurut Bp. Rn yang menjadi kekuatan dari Bank Muamalat Cabang Palangka Raya terdapat pada pelayanan. Karena dengan pelayanan yang baik dan mengutamakan *fast service* serta jaringan yang luas nasabah akan merasa nyaman untuk menggunakan produk dan jasa Bank Muamalat.³⁸ Selain itu Ibu. Ndy mengatakan pelanggan atau nasabah dianggap sebagai “Raja” sehingga jangan sampai memberikan kesan yang tidak baik dan mengecewakan tetapi tetap sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Bank Muamalat dan Otoritas Jasa Keuangan.³⁹

Treacy dan Wiersema berpendapat bahwa pemimpin pasar akan dapat mempertahankan dan bahkan mengembangkan posisinya apabila selalu berusaha memberikan nilai (*value*) *superior* kepada para pelanggannya. Nilai

³⁸ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

³⁹ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

yang disampaikan tidaklah bersifat statis, namun dinamis, artinya harus ditingkatkan dan disempurnakan secara terus menerus sesuai dengan perkembangan selera dan tuntutan pelanggan.⁴⁰

Oleh sebab itu Bank Muamalat Cabang Palangka Raya lebih memperkuat pelayanan dan memperluas jaringan agar masyarakat yang telah menjadi nasabah merasa puas dan tertolong dengan menggunakan produk dan jasa. Sehingga dari mereka bank mendapatkan referal calon nasabah yang berkompeten dan bagi masyarakat mereka mendapatkan rekomendasi sesuai dengan fakta sebenarnya bahwa produk dan jasa pada Bank Muamalat memang lebih baik dan berkualitas.

Selain itu, strategi pemasaran yang dibentuk hampir sama dengan pendapat Swastha dan Handoko yang menyatakan bahwa terdapat falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen atau berorientasi pada konsumen (*Consumer Oriented*), hal ini berbeda dengan pandangan yang terdahulu bahwa pemasaran berorientasi kepada produk, penjualan dan keuangan perusahaan.⁴¹

⁴⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi 3*. Yogyakarta: Andi, 2008, h. 131

⁴¹ Basu Swasta, dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta. 2000.

BAB VI
PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PANGSA PASAR
BANK MUAMALAT CABANG PALANGKA RAYA

A. Strategi Berorientasi Konsumen (*Strategic Costumer Orientation*)

Penerapan manajemen pada dunia bisnis khususnya perbankan merupakan suatu keharusan, khususnya strategi pemasaran. Di dunia perbankan yang menentukan berjalan atau tidak bisnis tersebut dapat diperhatikan dari jumlah produk dan layanan yang telah digunakan oleh masyarakat. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan produk dan layanan bank maka keuntungan yang telah ditargetkan akan tercapai.

Keberadaan suatu perusahaan seperti perbankan tidak dapat dilepaskan dari kondisi lingkungan, baik eksternal seperti keadaan ekonomi, persaingan, perundang-undangan, sosial, politik, dan lainnya, yang akan mempengaruhi keadaan usaha suatu perusahaan. Disamping itu keadaan lingkungan internal perusahaan ikut menentukan sukses tidaknya suatu usaha.

Strategi pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam menarik masyarakat untuk menjadi calon konsumen. Setiap lembaga keuangan termasuk bank memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda.

Strategic costumer orientation merupakan strategi pemasaran di mana organisasi seperti perbankan memfokuskan kepada pemenuhan keinginan nasabah sehingga menimbulkan kepuasan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

Strategi pemasaran ini terdiri dari kualitas (*quality*), Kenyamanan (*convenience*), Inovasi (*innovation*) dan Kecepatan (*speed*).⁴²

Menurut Ibu. Ndy Bank Muamalat Cabang Palangka Raya menawarkan produk-produk *funding* yang berkualitas dan unggul dibanding dengan produk bank syari'ah lain, salah satunya adalah Tabungan Muamalat Prima iB. Produk ini memberikan hasil maksimal seperti deposito dengan kenyamanan sebebaskan tabungan. Produk ini dilengkapi dengan kartu gold untuk keleluasaan transaksi ATM dan pembayaran belanja di seluruh dunia melalui jaringan ATM Muamalat, ATM Bersama, ATM Prima, MEPS, ATM Plus/Visa serta jaringan merchant Visa. Produk Tabungan Muamalat Prima iB lebih menguntungkan dengan adanya program *waad nisbah* yaitu komitmen bonus berupa tambahan *nisbah* atas *counter* yang berlaku.⁴³

Tabungan Muamalat Prima iB sangat cocok bagi setiap masyarakat yang memiliki dua keinginan seperti tabungan dan deposito demi kenyamanan bertransaksi dan masa depan. Ketika masyarakat/calon nasabah menggunakan produk ini, mereka tidak perlu lagi membuka dua rekening yang berbeda karena di dalam produk tabungan Muamalat Prima iB telah mencakup kelebihan keduanya.

Selain itu produk ini menawarkan kenyamanan bagi nasabah yang sering pergi keluar kota maupun ke luar negeri karena dilengkapi fasilitas kartu *gold* sehingga nasabah akan merasa nyaman dalam bertransaksi serta

⁴² Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya, Bpk. Rn. Tanggal 26 Mei 2014.

⁴³ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya, Ibu Ndy. Tanggal 27 Mei 2014.

dengan adanya program *wa'ad* nisbah keuntungan yang didapat berlipat ganda. Dalam pembuatan rekening syarat dan ketentuan tidak terlalu sulit sehingga semua kalangan masyarakat bisa memilikinya.

Sedangkan pada segi *Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya menawarkan Produk KPR Muamalat iB yang merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan hunian sesuai dengan prinsip syari'ah yang tidak hanya memberikan keuntungan tetapi juga ketenangan hati dalam bertransaksi.⁴⁴ Produk ini dapat digunakan untuk kepemilikan rumah, apartemen (inden atau *ready stock*), alih KPR, pembangunan dan renovasi. Bank Muamalat juga bekerja sama dengan sejumlah developer untuk memastikan kemudahan proses kepemilikan properti.

Menurut Bp. Rn produk ini mengutamakan kemudahan dengan uang muka mulai dari 10% dari harga properti, angsuran tetap hingga 15 tahun, melayani siapa saja baik pegawai negeri maupun wiraswasta, proses cepat yaitu kisaran waktu dua minggu cair dan fleksibel dalam pembayaran tanpa mengurangi *prudential banking* seperti mempercepat pelunasan tanpa memberikan pinalti kepada nasabah.⁴⁵

Pada kedua produk ini telah dilakukan inovasi sehingga dalam operasionalnya mengutamakan *Total Quality Management (TQM)*⁴⁶ yaitu efektif, efisien dan tepat. Oleh sebab itu produk tersebut menjadi andalan

⁴⁴ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

⁴⁵ *Ibid.*,

⁴⁶ *Total Quality Management (TQM)* merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya. Lihat juga, Fandy tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset h. 4

Bank Muamalat Cabang Palangka Raya dari segi *funding* dan *financing* untuk menguasai segmentasi ritel dan meningkatkan *market share* perbankan.

Berdasarkan pendapat Cravens yang dikutip oleh Muhammad pada bukunya mengatakan bahwa inovasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar (konsumen) membantu memperkuat posisi organisasi di pasar yang sudah ada.⁴⁷

Dalam konteks etika, Bank Muamalat Cabang Palangka Raya sebagai bank syari'ah tidak melupakan aturan-aturan yang sesuai dengan prinsip syari'ah. Marketer Bank Muamalat memberikan jaminan bagi produk yang terhindar dari riba, maysir dan gharar. Ketika menjelaskan tentang produk diutamakan selalu berlaku jujur memaparkan kelebihan dan kekurangan produknya tanpa menjelekkan produk bank lain.

Strategi *Customer Orientation* mengutamakan kepuasan pelanggan atau nasabah terhadap produk dan jasa. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Semakin banyak pelanggan atau nasabah yang merasa puas maka semakin banyak manfaatnya bagi perbankan.

Fandy Tjiptono pada bukunya yang berjudul *Total Quality Management* mengungkapkan manfaat dari kepuasan pelanggan bagi organisasi seperti perbankan seperti:

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang

⁴⁷ Muhammad, *Bank Syari'ah: Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005, h 95.

3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word-of-mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.⁴⁸

Point keempat adalah salah satu strategi pemasaran yang selama ini digunakan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Ibu Ndy mengatakan bahwa untuk meningkatkan pangsa pasar Bank Muamalat meminta referal calon nasabah yang potensial dari nasabah tetap. Setelah mengetahui nama, pekerjaan nomor telepon dan alamat dari calon nasabah tersebut. Pihak *marketing* khususnya bagian *funding* melakukan pengecekan dan penawaran produk-produk kepada calon nasabah tersebut baik melalui media telepon atau langsung ke rumah.⁴⁹

Budaya masyarakat ketika melihat dan mendengar produk dan jasa yang baru ditawarkan, terlebih dahulu bertanya tetapi tidak berani untuk menggunakannya karena mereka membutuhkan bukti yang benar-benar terjadi. Oleh sebab itu apabila mereka mendapatkan kabar dari orang terdekat yang telah menikmati keuntungan dari produk tersebut tingkat kepercayaan dan menggunakannya meningkat.

Hal ini yang diinginkan oleh Bank Muamalat terjadi karena saat nasabah memberi referal biasanya telah memberi tahu kepada orang lain tentang keuntungan dan manfaat menggunakan produk dan jasa Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Jika itu terjadi *marketer funding* dan

⁴⁸ Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management Edisi Revisi...*, h. 102

⁴⁹ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

financing tidak perlu membutuhkan waktu lebih lama ketika menemui calon nasabah itu.

Ketika memasarkan produk dan jasa untuk meningkatkan jumlah nasabah dan hasil akhir terpenuhinya pangsa pasar Bank Muamalat tidak hanya menunggu bantuan referal nasabah tetapi melakukan “jemput bola” kepada setiap masyarakat biasanya dengan tatap muka atau silaturahmi. Hal ini dilaksanakan kepada calon nasabah yang bekerja pada tempat ramai seperti pasar, petani dsb.⁵⁰

Menurut Ali Hasan silaturahmi didefinisikan sebagai upaya membentuk dan menjaga hubungan baik dengan sesama manusia, lingkungan, dan makhluk hidup lainnya atas dasar kasih sayang. Apabila silaturahmi yang dilakukan atas sikap jujur, ikhlas dan profesional dapat menjadi kunci sukses dalam tiga hal yaitu:

1. Segi manajemen, marketer dapat memperoleh sumber daya yang tidak terbatas.
2. Marketer dapat berkomunikasi dua arah untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan (baik aktual maupun potensial)
3. Marketer dapat membangun jaringan kerja (*networking*) yang tidak terbatas.⁵¹

Melihat point-point di atas terlihat banyak manfaat yang didapat ketika Bank Muamalat Cabang Palangka Raya apabila menggunakan strategi pemasaran berdasarkan keinginan masyarakat baik nasabah maupun non-nasabah.

⁵⁰ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

⁵¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syari'ah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syari'ah...*, h, 209.

Bank Muamalat memberikan pelayanan kepada nasabah dengan memberikan fasilitas pembayaran di rumah, maksudnya karyawan bagian *marketing* mengambil langsung kepada nasabah dan menyetorkan kepada bank. Selain itu ketika nasabah top 10 berulang tahun pihak bank memberikan hadiah tertentu.⁵²

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar.

Fornell mengatakan yang dikutip oleh Didik Isnadi bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi perilaku pembeli, dimana pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal, namun pelanggan yang loyal tidak perlu puas. Loyalitas berarti kemampuan perusahaan memposisikan produknya di benak pelanggan, dimana perusahaan berusaha menganggap pelanggan sebagai mitranya dengan cara memantapkan keyakinan pelanggan, selalu berinteraksi, bila perlu mengembangkan, demi kemajuan bersama.⁵³

Pada produk lain dengan melihat semakin banyak jumlah jasa travel umroh dan naik haji, Bank Muamalat melakukan pendekatan-pendekatan kepada jasa travel tersebut dengan maksud agar calon jamaah umroh atau haji menyimpankan dana tersebut kepada bank setelah mencapai target dana

⁵² Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

⁵³ Didik Isnadi, *Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Nilai Nasabah dan Keunggulan Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Pada PT Bank BRI Kantor Cabang Pekalongan)*. Tesis, Semarang: Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro, 2005, h. 32. [Http://eprints.undip.ac.id/15475/1/Didik_Isnadi.pdf](http://eprints.undip.ac.id/15475/1/Didik_Isnadi.pdf) (Online 20 Mei 2014)

nasabah bisa mengambil dan langsung berangkat ke tanah suci. Ini menguntungkan karena selama nasabah menyetorkan dana tersebut nasabah juga mendapatkan bagi hasil.⁵⁴

Hitt, Irellad dan Hoskisson mengatakan faktor penting lainnya yang sangat berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan adalah keahlian dan pengetahuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia perusahaan.⁵⁵ Oleh sebab itu, SDM perbankan syariah memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan ketika penerapan *strategic customer orientation*.

Menurut Bp. Rn Bank Muamalat Cabang Palangka Raya telah melakukan pengelolaan terhadap SDM agar mampu melaksanakan tugas-tugas yang telah diberikan sesuai dengan jabatan seperti pelatihan tentang pengenalan produk dan pelayanan yang baik. Bank Muamalat menginginkan setiap SDM yang ada menguasai tentang produk dan pelayanan demi menghindari apabila ada masyarakat yang bertanya tentang produk di luar kantor. Serta melakukan pengawasan yang diakhiri dengan penilaian kemampuan setiap SDM yang dilaksanakan oleh cabang atau pusat secara diam-diam.⁵⁶

Kasmir mengatakan pada bukunya yang berjudul Manajemen perbankan bahwa pengelolaan terhadap sumber daya manusianya di dalam

⁵⁴ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

⁵⁵ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*. Bandung: PT Gelora Aksara Pratama, 2012, h.109.

⁵⁶ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

dunia perbankan sangat penting. Hal ini disebabkan sumber daya manusia merupakan tulang punggung dalam menjalankan roda kegiatan operasional suatu bank. Selain itu, dalam menjalankan setiap transaksi perbankan, mengingat faktor pelayanan yang diberikan oleh para karyawan ini sangat menentukan sukses atau tidaknya bank ke depan. Di dunia perbankan yang memiliki aktivitas yang begitu padat dalam arti setiap transaksi harus selesai dalam waktu relatif singkat, maka seorang karyawan yang harus mempunyai beberapa keterampilan dan kemampuan yang unggul.⁵⁷

Pengawasan di bagian SDM dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh SDM yang dimiliki oleh perusahaan bekerja sesuai dengan tugas yang telah diberikan kepada mereka (*job description*), memastikan bahwa kompensasi serta manfaat (*compensation and benefits*) yang diberikan kepada SDM perusahaan sesuai dengan aturan yang berlaku dan memenuhi harapan mereka, serta memastikan bahwa SDM perusahaan memperoleh kesempatan untuk melakukan pengembangan diri mereka sehingga produktivitasnya dapat ditingkatkan.⁵⁸

B. Pengembangan Layanan Berbasis Teknologi

Layanan berbasis teknologi berperan penting terhadap minat masyarakat menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan sehingga turut membantu meningkatkan pangsa pasar. Kelengkapan fitur-fitur dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi pembayaran serta menerima

⁵⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, h. 133-134.

⁵⁸ Ernie Tisnawati Suke & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012 h. 329

layanan yang dibutuhkan. Oleh sebab itu organisasi bisnis seperti perbankan harus memperhatikan pengembangan teknologi.

Robbins mengatakan bahwa terobosan teknologi mutakhir membawa dampak yang cepat dan dramatis terhadap lingkungan perusahaan. Pengadaptasian teknologi teknologi baru seperti komputer, sistem telekomunikasi dan alat-alat operasi lainnya mempunyai efek yang sangat mendalam terhadap organisasi.⁵⁹

Sesuai dengan pendapat di atas menurut Bp. Rn bahwa yang menjadi perbedaan strategi pemasaran berada pada jaringan. Ini bisa dilihat dari jumlah ATM Bank Muamalat telah tersebar di jalan-jalan besar Palangka Raya sebanyak 13 unit kemudian saat ini sedang dalam proses penambahan agar menjadi 25 unit.⁶⁰

Demi meningkatkan pangsa pasar Bank Muamalat Cabang Palangka Raya melakukan terobosan dengan menjadi bank syari'ah pertama di Palangka Raya yang menggunakan *Mobile Branch* yang memiliki fungsi seperti teller di kantor kemudian pada *Mobile Branch* tersebut disediakan pula mesin ATM sehingga masyarakat dan nasabah dapat melakukan pembukaan rekening, penyetoran dan penarikan tunai. Selain itu *Mobile Branch* memiliki fungsi lain yaitu menjadi media pemasaran karena setiap hari berpindah-pindah tempat mengelilingi Kota Palangka Raya.⁶¹

⁵⁹ Muhammad, *Bank Syari'ah: Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia.*, h49.

⁶⁰ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

⁶¹ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

Selain pendirian mesin ATM dan *Mobile Branch* Bank Muamalat juga mengembangkan layanan berbasis internet sejak awal berdiri di Palangka Raya seperti *Internet Banking Muamalat*, *Mobile Banking Muamalat*, *Mini Banking Muamalat*, *Virtual Account Muamalat*, *Cash Management System Muamalat*, *Gerai Muamalat atau Payment Point Online*, dan *SalaMuamalat* 500016.⁶²

Internet Banking Muamalat adalah merupakan layanan perbankan secara elektronik yang menggunakan sms token yang melayani selama 24 jam setiap harinya. Apabila nasabah menggunakan teknologi ini dapat memberi kemudahan untuk melakukan monitoring atau pengawasan terhadap transaksi keuangan pribadi.

Mobile Banking Muamalat layanan finansial dan non finansial yang dapat diakses dengan mengunduh aplikasi melalui ponsel berbasis java. Pada awalnya nasabah mendownload aplikasi bank muamalat yang selanjutnya diinstal kepada ponsel berbasis java. Oleh karena itu, apabila nasabah ingin melakukan transaksi seperti transfer uang dan pembayaran beban tidak perlu pergi ke kantor atau ATM.

Mini Banking Muamalat adalah layanan elektronik melalui mesin EDC (*Electronic Data Capture*) dengan menggunakan Kartu ATM/Debit Muamalat. Layanan ini memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan kegiatan seperti transaksi melalui mesin ATM.

⁶² Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

Virtual Account Muamalat adalah layanan yang disediakan Bank Muamalat untuk memudahkan pelanggan Mitra dalam melakukan pembayaran kewajiban/tagihan kepada pihak Mitra melalui *delevery* channel Bank Muamalat dan Channel bank lainnya serta membantu Mitra dalam pengelolaan dan pelaporan transaksi pembayaran.

Cash Management System Muamalat adalah jasa penanganan keuangan perusahaan (*cash management*) yang diselenggarakan oleh bank muamalat antara lain meliputi layanan penanganan penerimaan/koleksi pemasukan dana (*collection*), pembayaran/pengeluaran dana (*disbursements*), serta lebih jauh meliputi pengelolaan likuiditas keuangan perusahaan *liquidity management* melalui koneksi internet .

Gerai Muamalat atau *Payment Point Online* Bank atau lebih dikenal dengan sebutan PPOB adalah layanan atau fasilitas sistem pembayaran yang dilakukan secara tunai oleh masyarakat pada loket atau *Payment Point* (PP) yang bekerja sama dengan Bank Muamalat. Gerai Muamalat dilengkapi dengan beberapa fitur untuk memudahkan dalam pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang dan pembelian tiket.

SalaMuamalat 500016 adalah layanan perbankan elektronik melalui IVR (*Interactive Voice Response*) dan petugas layanan nasabah yang dapat diakses melalui jalur komunikasi telepon dengan menghubungi 500016 atau 021 500016.

Bank Muamalat Cabang Palangka Raya berupaya untuk selalu melengkapi layanan berbasis teknologi karena pada saat ini masyarakat sudah terbiasa hidup dengan menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

Teknologi yang memadai dapat meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan. Menurut penelitian Metawa dan Almosawi terhadap sejumlah bank Islam dikutip oleh Muhammad menunjukkan bahwa mutu pelayanan bank terhadap nasabah mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan nasabah. Mutu dalam persaingan organisasi bisnis modern merupakan kata kunci yang menentukan kesinambungan dan kelangsungan organisasi.

C. Pendekatan Promosi (*Promotion Approach*)

Ketika organisasi bisnis telah membuat produk sesuai dengan keinginan *costumer* dan menyediakan fasilitas-fasilitas untuk mempermudah penggunaan, tentu diperlukan media untuk mengenalkan semua itu kepada masyarakat, promosi memiliki peranan penting itu. Kerena promosi merupakan tempat atau sarana untuk mengenalkan produk dan jasa yang telah diciptakan agar masyarakat mengetahui kelemahan dan kelebihan produk serta bisa memilih sesuai dengan kebutuhannya

Sesuai dengan yang diungkapkan M. Fuad dkk bahwa promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara efektif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi juga dikatakan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan

yang selanjutnya. Karena itu promosi dipandang untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukan pertukaran dalam pemasaran.⁶³

Menurut Ibu. Ndy bahwa selain memiliki produk yang berkualitas agar menimbulkan rasa ingin menggunakan produk, Bank Muamalat melakukan kegiatan promosi melalui spanduk, brosur, membuka stand, seminar-seminar pada universitas baik menjadi sebagai narasumber, serta melakukan sosialisasi pada pengajian atau perkumpulan-perkumpulan tertentu.⁶⁴

Promosi melalui spanduk dan brosur sering kali dilaksanakan ketika di Kota Palangka Raya sedang mengadakan kegiatan yang dapat mengumpulkan masyarakat pada waktu yang cukup lama seperti HUT Palangka Raya, HUT Kalimantan Tengah, jalan sehat dsb. Pada acara-acara ini Bank Muamalat biasanya membuka stand yang diisi oleh beberapa karyawan atau membawa *Mobile Branch* sebagai diferensiasi dibanding bank syari'ah lain.⁶⁵

Bank Muamalat Cabang Palangka Raya melakukan pendekatan kepada beberapa Universitas adalah dengan menjadi fasilitator dalam pembuatan Kartu Mahasiswa yang bisa digunakan sebagai kartu perpustakaan. Dengan menggunakan Kartu Mahasiswa tersebut otomatis memiliki rekening tabungan pada STAIN Palangka Raya tanpa dikenai biaya administrasi tetapi menggunakan prinsip setoran Rp.25.000 yang menjadi saldo tabungan mahasiswa. Tetapi berdasarkan penjelasan Bp. Rb pendekatan ini telah

⁶³ M.fuad., dkk. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2009, h. 130

⁶⁴ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

⁶⁵ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

berakhir sejak tahun 2013 dan Bank Muamalat tidak lagi memberikan fasilitas tersebut.⁶⁶

Pada Universitas Muhammadiyah menurut Bp. Ad Bank Muamalat bekerja sama tidak hanya sebagai fasilitator pembuatan Kartu Tanda Mahasiswa tetapi juga dalam bidang pembayaran SPP dan sering kali melaksanakan pengajian di universitas tersebut. Bank Muamalat juga ikut membantu seperti memberikan spanduk atau baleho kepada universitas yang ingin melaksanakan acara.⁶⁷

Pendekatan melalui sosialisasi atau ceramah dilakukan apabila ada nasabah tetap atau masyarakat yang sedang melaksanakan acara dan mengundang untuk mengenalkan bank syari'ah dan produknya. Sehingga secara tidak langsung Bank Muamalat akan lebih dulu dikenal dan tetap mengutamakan kebenaran tanpa mengurangi atau memberi penjelasan yang negatif terhadap bank syari'ah lain.

D. Relevansi Strategi Pemasaran

Pada bab sebelumnya dijelaskan tentang strategi-strategi pemasaran yang dibuat dan penerapan oleh Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Strategi pemasaran ini diterapkan untuk meningkatkan tingkat produk dan jasa yang digunakan oleh nasabah, sehingga otomatis meningkat pula pangsa pasar Bank Muamalat Cabang Palangka Raya.

⁶⁶ Hasil wawancara dengan mahasiswa STAIN Palangka Raya selaku nasabah Bank Muamalat Cabang Palangka Raya, Tanggal 2 Juni 2014.

⁶⁷ Hasil wawancara dengan mahasiswa Universitas Muhammadiyah selaku nasabah Bank Muamalat Cabang Palangka Raya, Tanggal 2 Juni 2014.

Untuk bisa melihat relevan atau tidak strategi pemasaran yang diterapkan maka diperlukan data-data yang akurat terhadap pencapaian yang diraih oleh bank dari segi asset, dana pihak ketiga dan pembiayaan. Data-data tersebut dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 3
Jumlah Target Asset, DPK dan Pembiayaan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya

Tahun	2012	2013	2014
Asset	300.000.000.000	370.000.000.000	450.000.000.000
DPK	225.000.000.000	320.000.000.000	400.000.000.000
Pembiayaan	200.000.000.000	250.000.000.000	330.000.000.000

Sumber: Dokumen Bank Muamalat Cabang Palangka Raya Tahun 2014

Tabel 4
Jumlah Asset, DPK dan Pembiayaan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya

Tahun	2012	2013
Asset	273.132.000.000	348.047.000.000
DPK	223.062.000.000	332.365.000.000
Pembiayaan	180.000.000.000	260.000.000.000

Sumber: Dokumen Bank Muamalat Cabang Palangka Raya Tahun 2014

Melihat dari data di atas terlihat bahwa jumlah asset pada tahun 2012 tidak sesuai dengan jumlah asset yang menjadi target sebesar Rp. 300.000.000.000 sedangkan asset yang didapat sebesar Rp. 273.132.000.000. Kemudian pada tahun 2013 jumlah asset yang didapat sebesar Rp. 348.047.000.000 sedangkan jumlah asset yang ingin di dapatkan sebesar Rp. 370.000.000.000. Kemudian dari segi DPK yang didapat Rp. 223.062.000.000 sedangkan target pada awalnya sebesar Rp.225.000.000.000 miliar. Pada tahun 2013 jumlah

DPK meningkat dari target sebesar Rp. 320.000.000.000 dan jumlah yang terkumpul sebesar Rp. 332.365.000.000. Selanjutnya segi pembiayaan pada tahun 2012 jumlah yang seharusnya disalurkan sebesar Rp. 180.000.000.000 tidak sesuai dengan target sebesar Rp.200.000.000.000. Pada tahun 2013 Bank Muamalat Cabang Palangka Raya dapat melebihi Rp. 10.000.000.000 dari target awal sebesar Rp. 250.000.000.000.

Menurut perhitungan jumlah asset, DPK dan penyaluran pembiayaan, maka Bank Muamalat setiap tahunnya mengalami penurunan apabila dibandingkan dengan jumlah seluruh bank syari'ah di Palangka Raya. Meskipun apabila dilihat dari sisi internal Bank Muamalat beberapa aspek selalu memenuhi target yang ingin dicapai.

Tabel 5

Pangsa Pasar Asset Bank Muamalat Cabang Palangka Raya

Tahun	2011	2012	2013
Asset Bank Muamalat	208.777.000.000	273.132.000.000	348.047.000.000
Asset Bank Syari'ah Palangka Raya	329.211.000.000	541.204.000.000	758.494.000.000
Pangsa Pasar Asset	63%	50%	46%

Sumber: Bank Muamalat Cabang Palangka Raya dan Bank Indonesia

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa pertumbuhan asset Bank Muamalat Cabang Palangka Raya setiap tahunnya mengalami penurunan yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan jumlah asset Bank Syari'ah di Palangka Raya. Pada tahun 2011 asset diperoleh sebesar 63% atau sebesar Rp.

208.777.000.000, tahun berikutnya turun hanya 50% atau sebesar Rp. 273.132.000.000 dan tahun selanjutnya mengalami penurunan kembali sebesar Rp. 348.047.000.000 atau asset Bank Syari'ah yang dikuasai oleh Bank Muamalat Cabang Palangka Raya hanya sebesar 46%.

Menurut Bp. Rn yang menyebabkan pangsa pasar asset Bank Muamalat Cabang Palangka Raya menurun adalah masih rendahnya tingkat pertumbuhan dana pihak ketiga yang dikumpulkan dan penyaluran dana melalui produk pembiayaan kepada masyarakat yang berdampak berkurangnya perolehan keuntungan.⁶⁸

Penurunan pangsa pasar dana pihak ketiga, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6
Pangsa Pasar DPK Bank Muamalat Cabang Palangka Raya

Tahun	2011	2012	2013
DPK Bank Muamalat	171.326.000.000	223.062.000.000	332.365.000.000
DPK Bank Syari'ah Palangka Raya	228.661.000.000	338.046.000.000	486.735.000.000
Pangsa Pasar	75%	66%	68%

Sumber: Bank Muamalat Cabang Palangka Raya dan Bank Indonesia

Berdasarkan tabel di atas pangsa pasar DPK Bank Muamalat Cabang Palangka Raya mengalami peningkatan meskipun tidak terlalu besar dibandingkan dengan persentasi penurunan sebelumnya. Pada tahun 2011

⁶⁸ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

jumlah pangsa pasar DPK Bank Muamalat adalah 75% atau sebesar Rp. 171.326.000.000 dari total DPK perbankan syari'ah Palangka Raya yaitu Rp. 228.661.000.000. Pada tahun 2012 terjadi penurunan sehingga pangsa pasar DPK menjadi 66% atau sebesar Rp. 223.062.000.000 dari jumlah total DPK perbankan syari'ah Palangka Raya yang berjumlah Rp. 338.046.000.000. kemudian tahun 2013 meningkat menjadi 68% atau sebesar Rp. 332.365.000.000 dari jumlah DPK perbankan syari'ah Palangka Raya yang berjumlah Rp. 486.735.000.000.

Menurut Bp. Bp. Rn penurunan pangsa pasar DPK disebabkan oleh meningkatnya jumlah pesaing yang terus bermunculan di Kota Palangka Raya, sehingga jumlah nasabah potensial semakin berkurang.⁶⁹ Meskipun dari segi mengembangkan ekonomi syari'ah menurut Ibu Ndy dengan bertambahnya jumlah pesaing memberikan dampak positif berarti perbankan yang menggunakan prinsip ekonomi syari'ah sudah mulai dikenal oleh masyarakat luas dan itu memberikan semangat bagi SDM perbankan dalam memasarkan produknya.⁷⁰

Pada awalnya Bank Muamalat merasakan dampak kemunculan pesaing baru dan mengakibatkan berkurangnya jumlah DPK yang diperoleh tetapi dengan penerapan strategi pemasaran yang dikembangkan, DPK Bank Muamalat Cabang Palangka Raya mengalami peningkatan yang cukup baik.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 26 Mei 2014.

⁷⁰ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

Setelah mengetahui jumlah pangsa pasar asset dan DPK, serta penyebab penurunnya, perlu diketahui lagi pangsa pasar pembiayaan, jumlah tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 7
Pangsa Pasar Pembiayaan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya

Tahun	2011	2012	2013
Pembiayaan Bank Muamalat	100.000.000.000	180.000.000.000	260.000.000.000
Pembiayaan Bank Syari'ah Palangka Raya	176.250.000.000	326.629.000.000	481.248.000.000
Pangsa Pasar	57%	55%	54%

Sumber: Bank Muamalat Cabang Palangka Raya dan Bank Indonesia

Pada segi pembiayaan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya juga mengalami penurunan dalam memberikan pembiayaan. Pada tahun 2011 pembiayaan yang disalurkan sebesar Rp. 100.000.000.000 atau 57%, tahun selanjutnya menurun menjadi 55% atau sebesar Rp. 180.000.000.000 dan tahun 2013 pangsa pasar pembiayaan kembali turun menjadi 54%.

Menurut Bp. Rn bahwa penurunan pangsa pasar pembiayaan disebabkan oleh semakin bertambahnya pesaing-pesaing yang memberikan kemudahan dari segi kecepatan pencairan dana dan penentuan biaya angsuran lebih kompetitif, sehingga nasabah lebih memilih menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syari'ah lain dibanding dengan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Selain itu calon nasabah yang menginginkan pembiayaan tidak sesuai dengan kriteria yang diharapkan,

sehingga Bank Muamalat tidak memberikan pembiayaan dari pada mengalami kredit macet.⁷¹

Pada dasarnya masyarakat saat ini ketika memilih produk masih mengutamakan kecepatan dalam mencairkan dana dan keuntungan bagi hasil yang akan mereka dapatkan, apabila pada bank syari'ah lain atau bank non-syari'ah lebih menguntungkan maka mereka langsung memilih produk tersebut. Karena masyarakat belum sepenuhnya berpikir dalam memilih produk mengutamakan ketenangan hati tetapi masih mengutamakan seberapa besar keuntungan yang mereka peroleh.

Selain itu Bank Muamalat Cabang Palangka Raya memasang target menguasai pangsa pasar secara regional bank se-Palangka Raya sebesar 5%.⁷² Sedangkan untuk membandingkan dengan bank syari'ah selalu menggunakan jumlah dan apabila target telah dicapai maka tingkat *marketing* kepada masyarakat sedikit dikurangi.

Sesuai pendapat Ibu Nurhuda Dessy Landriani bahwa setiap karyawan *marketing* diberikan target sebesar yang telah ditentukan. Apabila target tersebut telah dicapai, karyawan tersebut mengurangi perilaku memasarkan produk kepada masyarakat. Hal ini disebabkan karyawan akan merasa tertekan apabila jumlah target pada periode selanjutnya ditingkatkan.⁷³

Berdasarkan pemaparan dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya

⁷¹ Hasil wawancara dengan *Coordinator Of Financing* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya, Bpk. Rn. Tanggal 26 Mei 2014.

⁷² *Ibid.*,

⁷³ Hasil wawancara dengan *Relationship Manager* Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. Tanggal 27 Mei 2014.

cukup relevan apabila dihadapkan dengan tujuan meningkatkan jumlah asset, DPK, dan pembiayaan Bank Muamalat Cabang Palangka Raya.

Hasil dari penerapan strategi pemasaran tersebut terlihat pada segi pembiayaan pada tahun 2012 tidak dapat memenuhi target sebesar Rp. 200.000.000.000. Bank Muamalat menyalurkan kredit sebesar Rp. 180.000.000.000 atau kurang 10% dari target awal dan tahun 2013 Bank Muamalat mampu melebihi dari target yang ditentukan sebesar Rp. 260.000.000.000 atau lebih 4% dari target awal yang berjumlah Rp. 250.000.000.000. Meskipun dari segi asset pada tahun 2012 tidak dapat terpenuhi tetapi persentasi kekurangannya cukup sedikit yaitu 9% atau sebesar Rp. 26.868.000.000 dari Rp. 300.000.000.000 dan tahun berikutnya 6% atau sebesar Rp. 21.593.000.000 dari Rp. 370.000.000.000 serta dari segi DPK kekurangan dari target yang ditentukan pada tahun 2012 sebesar Rp. 1.938.000.000 atau 1% dari Rp. 225.000.000.000 dan tahun 2013 Bank Muamalat Cabang Palangka Raya berhasil melebihi 4% atau Rp. 12.365.000.000 dari target yang ditentukan sebesar Rp. 320.000.000.000.

Kemudian, apabila strategi pemasaran yang diterapkan dihadapkan dengan mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dapat dikatakan belum relevan. Karena setiap tahun pangsa pasar asset, DPK dan pembiayaan mengalami penurunan bertahap secara regional meskipun tetap berada kisaran 40%. Sehingga Bank Muamalat Cabang Palangka Raya tetap merupakan *market leader* bank syari'ah di Palangka Raya.