

ANALISIS STRATEGI PEMBIAYAAN MURABAHAH GURU BERSERTIFIKASI GUNA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH BABEL CABANG SUNGAILIAT

MUHAMMAD KURNIADI
Gayatria Oktalina
Nelly Astuti

Management Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkal Pinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract-The increasing growth of conventional banks and Syariah banks makes the level of competition more intense in the search for customers. With the competition occurring, banks must develop effective strategies so that these banks can be attracted by the public and are trusted to collect and channel the funds they have. An important strategy is the marketing strategy, because marketing is the most dynamic field in the management area. In addition, the marketing strategy is one way to be able to introduce the products owned by Syariah Banks so that these products can be known to the wider community.

This study aims to find out the marketing strategies carried out at the Bank Financing Syariah Babel Branch Sungailiat, the most appropriate strategy in increasing the number of murabahah financing customers and the factors that influence the increase in the number of murabahah financing customers. The research method used in completing this Final Project is by direct observation, library research and interviews.

The results of the study explain that the marketing strategy is carried out to increase the number of murabahah financing customers not far from the elements of marketing mix, namely Place, roduct, Price and Promotion. The most appropriate strategy is a promotional strategy that is in the advertising method and personal selling. This method is used because it is very effective for marketers and customers to communicate. And the factors that influence the increase in the number of murabahah financing customers consist of marketing and promotion, services to customers, customer loyalty and competition between banks.

Keywords : *Keywords: Marketing Strategy, Murabahah, Promotion*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan sistem perbankan syariah sebagai suatu lembaga keuangan merupakan sesuatu yang tak terhindarkan dengan komposisi penduduk yang sebagian besar terdiri dari agama islam. Meski perkembangan dan kinerja perbankan syariah terus meningkat, proses sosialisasi kepada masyarakat harus gencar dilakukan. Hal ini terkait karena adanya kesenjangan antar kebutuhan dan pengetahuan masyarakat terhadap jenis-jenis dan produk syariah seperti : *al-ijarah* (sewa), *al-qardh* (pinjaman kredit), *al-sharf* (jual beli mata uang), *murabahah* (keuntungan, *mausarakah* (pembiayaan), dan *mudhorobah* (bagi hasil). Sehingga manfaat dan nilai

tambah yang dapat diperoleh masyarakat dari perbankan syariah begitu dipahami dan diketahui.

Pemahaman masyarakat yang masih rendah terhadap sistem perbankan syariah merupakan kendala eksternal tersendiri yang dihadapi Bank Syariah. Meskipun kurang lebih 75% masyarakat Indonesia adalah komunitas muslim, masih terdapat perbedaan cara pandang terhadap keuangan syariah. Bahkan masih ada yang keliru dalam keuangan syariah.

Pembiayaan dalam murabahah dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satu alternatif pembiayaan tersebut dapat dilakukan melalui guru bersertifikasi. Hal ini terkait karena adanya kebijakan dari pemerintah untuk mengeluarkan uang melalui sertifikasi. Bank pembiayaan rakyat syariah Babel khususnya di cabang Sungailiat, masih banyak yang belum memahami produk murabahah sehingga menjadi kendala bagi pihak bank dalam melakukan pemasaran produk. Menurut Muhammad (2005: 17) Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah. Pembiayaan secara luas berarti financing atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain. Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

Pembiayaan juga dapat diartikan sebagai pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri atau lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Oleh karena itu perlu strategi dan langkah sistematis, sosialisasi pemasaran yang efektif dan efisien terhadap produk-produk bank syariah untuk mengubah potensi pasar yang cukup besar menjadi aktual. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa kemampuan suatu perusahaan dalam usaha mencapai tujuannya ditentukan oleh yang terkait dalam pengorganisasian dan pengoprasian perusahaan tersebut, yang dimana salah satunya adalah bagaimana memasarkan produknya kepada konsumen.

Adapun tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui mekanisme (pelaksanaan) pemasaran pembiayaan murabahah guru bersertifikasi pada nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel cabang Sungailiat.
2. Untuk mengetahui strategi pembiayaan murabahah guru bersertifikasi dalam meningkatkan jumlah nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel cabang Sungailiat.

II. LANDASAN TEORI

Mekanisme Pengajuan Pembiayaan Guru Bersertifikasi

Proses inisiasi prospek nasabah dilakukan oleh *Account Officer* pembiayaan dan Kepala Bagian Marketing.

1. Calon nasabah mengajukan permohonan Pembiayaan Cik Gu dilengkapi dengan persyaratan administratif.
2. *Call Visit* dan pengumpulan data-data dilakukan oleh *Account Officer*.
3. Bank melakukan BI *Cheking*.
4. Bank melakukan pengecekan info PTK di Direktorat Pembinaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Diknas Kementerian Pendidikan dan Budaya melalui <http://223.27.144.195:8081/>
5. *Account Officer* melakukan analisa dan membuat Usulan Pembiayaan (UP) terhadap pemohon Calon Nasabah.
6. *Account Officer* mengajukan Usulan Pembiayaan kepada Komite Pembiayaan.
7. Setelah Usulan Pembiayaan ditandatangani oleh Komite Pembiayaan. Usulan Pembiayaan diserahkan kepada Bagian *Supprot* untuk mempersiapkan Akad Pembiayaan dan Pengikat Jaminan.
8. *Account Officer* membuat surat Penawaran Fasilitas Pembiayaan Cik Gu (*Offering Letter*) kepada Calon Nasabah. Surat Penawaran Fasilitas Pembiayaan ditandatangani oleh Direksi.
9. Bagian *Support* melakukan penandatanganan Akad Pembiayaan dan Pengikat Jaminan jika semua persyaratan sudah lengkap.
10. Setelah penandatanganan Akad Bagian *Support* menyerahkan *Halfsheet* atau perintah pencairan kepada Bagian Operasional.
11. Bagian *Support* mengarsip dokumen-dokumen Nasabah. Dokumen Nasabah yang asli setelah dicopy dimasukan keruangan Khasanah.
12. *Account Officer* melakukan *monitoring* terhadap kelancaran pembayaran angsuran Nasabah.

Strategi Pemasaran di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat

Strategi yang diterapkan pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat menggunakan beberapa strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan, segmentasi pasar dan sasaran yang dituju. Strategi tersebut dianalisa dan diimplementasikan dari *marketing mix* 4P, yaitu *Place, Product, Price* dan *Promotion*. Alasan penggunaan 4P karena Bank Pembiayaan Rakyat Syariah masih menerapkan metode lama dan masih dalam tahap perkembangan atau pertumbuhan untuk kemajuan yang lebih baik. Selain itu, penggunaan strategi yang sedikit lebih efektif dan mudah

untuk dipahami sehingga tidak mempersulit pihak bank syariah.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah

Ada faktor-faktor yang mempengaruhi seorang nasabah berminat untuk membeli produk yang dijual oleh bank syariah. Dimulai dari minat nasabah tersebut maka akan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah produk pembiayaan *murabahah*. Faktor-faktor tersebut penjelasannya sebagai berikut :

1. Pemasaran dan promosi

Tujuan dari pemasaran produk yang dimiliki adalah supaya masyarakat mengetahui dan mengerti tentang produk *murabahah* yang dimiliki Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat. Dalam promosi kepada nasabah pihak pemasar juga memberitahukan manfaat serta kelebihan-kelebihan produk *murabahah* yang dimiliki Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat. Semakin sering promosi yang dilakukan maka semakin banyak nasabah yang tertarik dan berminat untuk membeli produk *murabahah* yang ditawarkan. Promosi dilakukan dengan cara yang menarik agar mempengaruhi minat nasabah dan meningkatkan tingkat penjualan produk. Karena promosi merupakan salah satu faktor penentu apakah produk yang ditawarkan dapat diterima oleh masyarakat luas atau tidak.

2. Pelayanan terhadap nasabah

Kepuasan pelayanan sangat menentukan keberhasilan bisnis dalam dunia perbankan syariah. Penarikan nasabah melalui pelayanan yang memuaskan lebih mudah daripada mempertahankan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah lama. Dengan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah maka nasabah bisa meningkatkan penggunaan berbagai produk yang ditawarkan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat, terutama produk pembiayaan *murabahah*.

3. Loyalitas nasabah

Selain meningkatkan nasabah, perlu juga untuk mempertahankan nasabah *exciting* atau nasabah yang dulu pernah bekerja sama dengan Bank Syariah. Tanpa loyalitas dari nasabah lama, maka jumlah nasabah suatu produk juga tidak akan berkembang pesat. Diperlukan berbagai upaya agar kepercayaan yang dimiliki nasabah lama kepada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat tidak menghilang. Sehingga, selain memprioritaskan nasabah baru perlu juga untuk tetap mempertahankan nasabah lama.

4. Persaingan Antar Bank Syariah

Banyak bank syariah yang beroperasi di sekitar Ungaran karena luas dan padat penduduk sehingga peluang bisnis di bidang perbankan sangat memadai. Hal tersebut yang menyebabkan persaingan yang sangat ketat antara bank satu dengan bank lainnya untuk menarik antusias masyarakat disekitarnya. Setiap bank syariah memiliki strategi masing-masing dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan. Tetapi harus berlomba-lomba satu dengan lainnya untuk memberikan kepuasan bagi nasabah yang akan mereka cari atau nasabah yang sudah mereka miliki.

Sehingga nasabah akan memilih produk yang kita tawarkan bukan produk yang pesaing tawarkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dari nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah, sangat penting diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksistensinya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Dan bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa layanan perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi. Darsyah (1990: 88)

Berdasarkan wawancara dengan Pimpinan Cabang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat, faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah dapat dilihat dari pemasaran dan promosi, pelayanan terhadap nasabah, loyalitas nasabah dan persaingan antar bank syariah. Dalam memasarkan suatu produk, setiap bank syariah memiliki strategi masing-masing yang berbeda satu sama lainnya akan tetapi tidak terlalu jauh beda. Dari strategi pembiayaan yang sudah dijelaskan, strategi pemasaran yang digunakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat sudah mencakup semua unsur *marketing mix*, akan tetapi strategi yang lebih menonjol terdapat pada strategi promosi saja. Dengan strategi pemasaran yang dilakukan, memberikan dampak positif dilihat dari kenaikan jumlah pendapatan dari produk pembiayaan *murabahah*. Perkembangan produk pembiayaan *murabahah* mengalami kenaikan dari tahun 2012 sampai dengan 2014. Pada tahun 2012, jumlah pendapatan *murabahah* sebesar Rp. 527.024.000. Kemudian pada tahun 2013 mengalami peningkatan sebesar Rp. 854.003.000. Dan pada tahun 2014, terus meningkat mencapai Rp. 1.450.260.000

Dari grafik dapat disimpulkan bahwa, dengan strategi pemasaran yang dilakukan dapat mempengaruhi peningkatan jumlah pendapatan pembiayaan *murabahah*. Artinya bahwa banyak nasabah yang berminat dan membeli produk pembiayaan *murabahah*.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Teknik Observasi

Kunandar (2012: 143) Pengamatan atau observasi adalah kegiatan pengamatan (pengambilan data) untuk memotret seberapa jauh efek tindakan telah mencapai sasaran.

Pengamatan partisipatif dilakukan oleh orang yang terlibat secara aktif dalam proses pelaksanaan tindakan (Mills, 2004). Dalam pengamatan atau observasi yang akan dilaksanakan, peneliti dapat melakukan dengan pedoman pengamatan (format, daftar cek), observasi aktivitas di lapangan, penggambaran interaksi di lapangan, dan catatan lapangan.

2. Teknik Wawancara

Wawancara dapat dikatakan sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab.

Wawancara dapat dilakukan dengan tatap muka langsung (*face to face*) maupun secara tidak langsung seperti melalui telepon dan alat komunikasi lainnya.

Suprpto (2013: 14) Wawancara prinsipnya sama dengan kuesioner hanya pelaksanaannya dilakukan secara lisan, dimana pewawancara dapat menanyakan beberapa pertanyaan pada situasi tatap muka antara pewawancara dan yang diwawancarai.

3. Teknik Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berbentuk gambar, tulisan, atau karya-karya seseorang. Dalam hal ini peneliti menggunakan foto atau gambar sebagai dokumen penelitian. Dokumentasi dapat juga dilaksanakan dengan cara mengamati dalam bentuk catatan mengenai proses. Pengumpulan data dapat dikatakan selesai apabila semua data telah terkumpul dan peneliti akan mengolah data tersebut.

IV. PENUTUP

Kesimpulan

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat terhadap guru bersertifikasi tidak lepas dari unsur-unsur bauran pemasaran/*marketing mix*, yang terdiri dari : Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Tempat dan Strategi Promosi. Dari strategi promosi tersebut, terbagi menjadi beberapa media seperti periklanan, promosi penjualan, publisitas, *personal selling* dan referensi dari teman. Dengan perencanaan promosi yang matang akan membantu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah*.
2. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat dalam meningkatkan jumlah nasabah terhadap guru bersertifikasi menggunakan strategi pemasaran *marketing mix*, dengan metode promosi yang paling dominan. Alat promosi melalui media cetak brosur dan *personal selling*. Metode *personal selling* yang paling efektif dalam menjelaskan produk-produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat karena langsung bertatap muka dengan nasabah sehingga mempermudah nasabah untuk memahami dan mengerti informasi tentang produk pembiayaan *murabahah* yang ditawarkan pemasar.
3. Beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah guru bersertifikasi terdiri dari :
 - a. Pemasaran dan promosi yang harus dilakukan semenarik mungkin dan berakhir dengan nasabah/guru bersertifikasi membeli produk yang ditawarkan.
 - b. Pelayanan terhadap guru bersertifikasi, memuaskan keinginan dan kebutuhan guru bersertifikasi dapat dilakukan dengan upaya pelayanan yang terbaik.
 - c. Loyalitas guru bersertifikasi, karena kepercayaan guru bersertifikasi terhadap bank syariah menyebabkan loyalitas nasabah meningkat.
 - d. Persaingan antar bank syariah, perebutan nasabah untuk sebuah produk menyebabkan persaingan yang ketat antara satu bank dengan bank lainnya.

Saran

1. Nasabah merupakan salah satu bagian inti atau *asset* berlangsungnya usaha, maka Bank Syariah harus lebih memelihara dan memperhatikan nasabah. Diantaranya dengan mempertahankan kepercayaan yang diberikan nasabah kepada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat dengan senantiasa meningkatkan kinerja perusahaan baik dalam kualitas produk, pelayanan serta SDM (sumber daya manusia).
1. Selain hanya menonjolkan strategi promosi, sebaiknya juga mendalami strategi pemasaran *marketing mix* yang lainnya seperti strategi produk, harga dan tempat. Sehingga lebih efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah guru bersertifikasi pembiayaan *murabahah* dan akan memberikan dampak yang positif bagi bank syariah itu sendiri.
2. Untuk meningkatkan upaya strategi promosi dengan media *personal selling*, perlu untuk menambah jumlah pemasar/*marketing* agar hasil yang didapat lebih memuaskan dari sebelumnya. Dan lebih efektif dan efisien dalam memasarkan produk yang dimiliki Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Babel Cabang Sungailiat.
3. Bagi peneliti lain diharapkan dapat menyempurnakan Tugas Akhirnya dengan menambah jumlah narasumber dalam teknik pengumpulan data dengan metode wawancara. Tidak hanya dari satu narasumber, tetapi lebih dari satu narasumber agar lebih akurat dalam analisis/pembahasan masalah.

DAFTAR PUSTAKA

1. Kunandar. 2012. Langkah Mudah Penelitian Tindakan Kelas Sebagai Pengembang Profesi Guru. Jakarta: Rajawali Pers.
2. Muhammad. 2005. Menejemen Bank Syari'ah. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
3. Suprpto. 2013, Metodologi penelitian ilmu pendidikan dan ilmu-ilmu pengetahuan sosial, Jakart :CAPS.