

ELABORASI TEKNIK MEMPEROLEH NASABAH PEMBIAYAAN YANG SEHAT

Heru Setiawan¹

Nina Maulina Supriyanto²

Kharis Fadlullah Hana³

E-mail¹: setiawanheru121@gmail.com,

E-mail²: ninathevirgo@gmail.com,

E-mail³: kharis@iainkudus.ac.id

^{1,2,3}*Institut Agama Islam Negeri Kudus, Kudus*

ABSTRAK

Bank selalu mengevaluasi calon nasabah sebelum menawarkan pembiayaan kepada nasabah, maka ada beberapa prinsip untuk mengevaluasi dan mendapatkan nasabah pembiayaan yang sehat di bank. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan nasabah pembiayaan yang sehat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan instrumen wawancara. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan karyawan dan nasabah yang menggunakan bank syariah Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan pembahasan tentang teknik memperoleh pembiayaan yang sehat nasabah melalui survey door to door terhadap tempat usaha nasabah, iklan dan pelayanan prima dan lain-lain. Riset ini juga merekomendasikan bank syariah di Indonesia untuk meningkatkan survei pembiayaan kepada nasabah.

Kata Kunci: Bank Syariah, Pembiayaan, Pelanggan

ABSTRACT

Banks always evaluate prospective customers before offering financing to customers, so there are several principles to evaluate and to get healthy financing customers at the bank. The purpose of this study is to obtain healthy financing customers. This research uses qualitative methods by employing an interview method. Data is collected through interviews with employees and customers who use Indonesian Islamic banks. The results of this study show the discussion of techniques for obtaining healthy financing customers through a door-to-door survey of the customer's business premises, advertisements and excellent service and others. The research also recommends Islamic banks in Indonesia to improve financing survey to customers.

Keywords: *Islamic Banks, Financing, Customer*

A. PENDAHULUAN

Bank selalu mengevaluasi calon nasabah sebelum menawarkan pembiayaan kepada nasabah, namun pada bank biasa, ada banyak prinsip evaluasi untuk mendapatkan nasabah pembiayaan yang sehat. Dalam mengevaluasi pembiayaan nasabah itu ada beberapa prinsip yang umumnya diterapkan dengan menggunakan prinsip 5C. Penilaian atau penilaian kredit adalah kegiatan menilai kondisi calon debitur atau perusahaan. Tinjauan pembiayaan atau analisis kredit bertujuan untuk menilai dan mengevaluasi kesediaan dan kemampuan nasabah potensial untuk membayar kembali pinjaman dan membayar bunga sesuai dengan ketentuan perjanjian pinjaman. Analisis kredit atau pembiayaan dapat berdampak signifikan terhadap kualitas portofolio pinjaman bank, tetapi analisis yang tidak memadai juga dapat menyebabkan kredit bermasalah.(Haya & Tambunan, 2022). Selain promosi dari mulut ke mulut, penjualan door-to-door, layanan luar biasa yang terus kami berikan kepada konsumen, dan pemasaran media sosial, kami juga aktif memasarkan kepada masyarakat dengan melakukan sosialisasi di sekolah-sekolah.

Untuk memberikan kredit yang berkualitas tinggi, Untuk memprediksi risiko kredit sejak awal, harus dilakukan evaluasi. Prinsip-prinsip 5C yang didefinisikan sebagai berikut, digunakan bank untuk menganalisis calon debitur atau nasabah dalam menentukan kredit: *Pertama*, character, yaitu penilaian bank terhadap karakter calon debitur, sehingga bank dapat mengambil kesimpulan apakah debitur jujur atau tidak, bertindak dengan itikad baik, dan tidak akan menimbulkan masalah bagi debitur. *pantai besok*. *Kedua*, penilaian bank terhadap keahlian calon debitur dalam bidang pekerjaannya atau kapasitasnya dalam mengelola debitur, memungkinkan bank untuk memiliki keyakinan bahwa perusahaan yang didukung oleh kredit dijalankan oleh orang yang tepat. *Ketiga*, permodalan, yang mengacu pada evaluasi bank terhadap situasi keuangan calon debitur secara keseluruhan, termasuk arus kas sebelumnya dan proyeksi, dalam rangka mengevaluasi kemampuan debitur untuk menopang pembiayaan proyek atau perusahaan. *Keempat*, ada agunan, yaitu penilaian bank terhadap agunan calon debitur. *Kelima*, keadaan ekonomi, yaitu penilaian bank terhadap keadaan pasar domestik dan internasional di masa lalu dan sekarang sehubungan dengan penggunaan pinjaman bank untuk menentukan kemungkinan pemasaran hasil perusahaan debitur.(Eprianti, 2019)

Dari penelitian yang dilakukan Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu dari sisi jumlah nasabah dan jumlah pegawai BPR Rokan Hulu selama periode 2011-2015 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sebanyak 33 karyawan, 3.892 orang. 44 orang dapat 5102 orang. 43 orang bisa mendapatkan 6151 pelanggan. 41 orang bisa mendapatkan 6775 dan 7299 klien. Peningkatan jumlah nasabah BPRS Rokan Hulu ini disebabkan karena tingkat pelayanan yang diberikan. Staf di BPR

Rokan Hulu memiliki tingkat layanan pelanggan yang tinggi dan pelanggan puas dan puas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum memberikan BPRS harus memperhitungkan atau menyelidiki segala hal mengenai nasabah dapat meminimalisir risiko yang mengakibatkan kerugian bank. Dan BPRS selalu berupaya meningkatkan kinerja dengan melakukan pembinaan dan pengawasan kepada nasabah untuk mengantisipasi terjadi pembiayaan bermasalah”.

Pengawasan atau pemantauan kredit juga dilakukan dalam rangka mendapatkan nasabah pembiayaan yang sehat. Harus ada pemantauan secara aktif dan berkesinambungan terhadap pinjaman yang diberikan kepada debitur atau nasabah, termasuk pemantauan kebutuhan kredit. Melalui pemantauan, bank dapat segera mendeteksi tanda-tanda penurunan kualitas kredit, sehingga bank dapat segera melakukan tindakan preventif dan korektif secara dini agar tidak terjadi penurunan kualitas kredit debitur atau pelanggan. Penelitian ini dilakukan sesuai dengan prinsip 5C, tetapi akan dilakukan dengan menggunakan konsep lain. Bapak Siswanto Sutojo (1997:44) mengembangkan teori akses teknologi bagi nasabah pembiayaan kesehatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana teknik yang digunakan Bank Syariah Indonesia Kudus dalam memperoleh nasabah pembiayaan yang sehat.

B. TEORI

1. Pengertian Perbankan Syariah

Menurut Kasmir (2015), bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip kerjasama, kewajaran, transparansi, dan universalitas serta sesuai dengan hukum Syariah.(Sciences, 2016). Jika bank tidak mengalokasikan kredit pada saat dana yang terkumpul dari simpanan besar maka akan menyebabkan bank merugi. Oleh karena itu, jika dana pihak ketiga yang terkumpul meningkat, bank akan mengimbangnya dengan meningkatkan jumlah pembiayaan, sehingga aset yang dimiliki bank menjadi produktif dan menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, pendanaan pihak ketiga berdampak positif terhadap pembiayaan .(Setiawan, 2016)

Peningkatan pembiayaan yang besar untuk menghasilkan keuntungan yang besar adalah pembiayaan sindikasi, dimana bank syariah dapat memperoleh keuntungan yang besar dengan asumsi jumlah pembiayaan akan menentukan jumlah keuntungan (Kasmir, 2005). Menurut Kasmir, nasabah adalah konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan bank.(Setiawan, 2016)

2. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah uang yang diberikan kepada pihak lain oleh satu pihak untuk mendukung suatu investasi yang direncanakan oleh pihak tersebut atau oleh lembaga. Atau menempatkan, pembiayaan adalah penerbitan dana untuk membiayai proyek-proyek yang direncanakan.

Jika dilihat dari segi bahasa kata pembiayaan berasal dari “biaya” yang memiliki makna mengeluarkan dana untuk suatu kepentingan. Dalam UU Nomor 10 Tahun 1998 disebutkan bahwa pembiayaan berdasarkan kesepakatan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk membayar kembali uang atau tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil, adalah pemberian uang atau tagihan yang sebanding dengan itu.(Ilyas, 2015)

Keuangan juga diartikan sebagai uang yang diberikan untuk membantu investasi yang sedang direncanakan. Pembiayaan juga mengacu pada kepercayaan, yang menunjukkan bahwa bank atau lembaga keuangan syariah memiliki keyakinan kepada seseorang atau bisnis untuk menjalankan amanah dengan menyediakan uang dan mengelolanya secara etis, efektif, dan sesuai dengan aturan dan kondisi yang menguntungkan kedua belah pihak.(Islam & Alauddin, 2020)

3. Promosi Pembiayaan

Komponen bauran pemasaran yang terakhir adalah promosi. Tindakan ini sama pentingnya dengan aktivitas lain yang melibatkan produk, harga, dan lokasi. Setiap bank berupaya untuk secara langsung atau tidak langsung mengiklankan semua layanan dan produknya selama kegiatan ini. Pelanggan tidak dapat diharapkan untuk mengetahui bank tanpa iklan. Oleh karena itu, promosi adalah metode yang paling efektif dan sederhana untuk memikat dan mempertahankan klien. Salah satu tujuan pemasaran bank adalah untuk mendidik klien tentang semua produk yang ditawarkannya sambil juga berupaya untuk menarik yang baru.. (Kasmir, 2018)

Promosi adalah strategi bisnis yang digunakan untuk mendidik, mengajak, dan mengingatkan klien tentang merek barang atau barang yang diiklankan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pembiayaan promosi adalah harga atau kumpulan pengorbanan yang dilakukan atas tindakan perusahaan atau bank dalam mengiklankan merek dan barangnya kepada kliennya.(Yuliana & Mubarakah, 2021)

Selain itu, promosi membantu konsumen mengingat produk, mereka memengaruhi pembelian klien, dan pada akhirnya, promosi membantu pelanggan berpikir lebih baik tentang bank. Setiap bank dapat benar-benar memasarkan barang dan jasanya dengan menggunakan setidaknya empat jenis materi promosi yang berbeda. Promosi dengan memasang iklan

(advertising) salah satunya, diikuti dengan promosi penjualan, publisitas, promosi penjualan pribadi, dan periklanan melalui periklanan (advertising).

a. Iklan (advertising)

Bank memanfaatkan iklan sebagai teknik promosi untuk meningkatkan kesadaran semua barang mereka. Bank menggunakan iklan untuk menginformasikan, menarik manfaat produk dan keunggulan produk dibandingkan dengan pesaing mereka. Iklan yang disampaikan sebaiknya mudah agar pesan yang disampaikan mudah dicerna dan dipahami oleh masyarakat serta mengandung informasi yang benar.

b. Penjualan pribadi

Penjualan pribadi adalah percakapan dua arah antara penyedia layanan dan klien yang dimaksudkan untuk memiliki dampak langsung pada keputusan pembelian. Penjualan individu memungkinkan identifikasi persyaratan, resolusi pertanyaan, dan menjawab pertanyaan.

c. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Promosi adalah insentif sementara yang diberikan kepada konsumen dan perantara untuk mendorong pembelian barang. Promosi diharapkan dapat mendorong konsumen untuk membuat pilihan pembelian lebih cepat dan menggunakan layanan tertentu lebih sering, menghasilkan pembelian yang lebih besar atau lebih sering secara keseluruhan. Peningkatan penjualan atau basis konsumen yang lebih besar adalah tujuan pemasaran.

d. Publisitas dan Hubungan Masyarakat

Publisitas promosi adalah jenis iklan yang digunakan untuk menarik konsumen ke acara, amal, dan bisnis lainnya. Publisitas dan periklanan adalah strategi promosi yang sebanding yang keduanya mengacu pada komunikasi massa. Namun yang membedakan publisitas dari kedua strategi pemasaran ini adalah bahwa upayanya tidak dikenai biaya. (Mujib, 2016)

4. Prinsip 5C

Dalam mengevaluasi pembiayaan nasabah itu ada beberapa prinsip yang umumnya diterapkan dengan menggunakan prinsip 5C (Kasmir 2002:17). Dalam menilai kredit, bank menggunakan prinsip 5C untuk mengevaluasi calon debitur atau nasabah, yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Character*, yaitu penilaian bank terhadap karakter calon debitur untuk menentukan apakah debitur itu jujur, beritikad baik, dan tidak akan menimbulkan masalah bagi bank di kemudian hari.
- b. *Capacity*, yang mengacu pada penilaian bank terhadap keahlian calon debitur dalam bidang pekerjaannya atau keterampilan manajemennya, sehingga bank merasa yakin bahwa perusahaan yang menerima kredit dijalankan oleh orang yang tepat.

- c. Permodalan, yang mengacu pada penilaian bank terhadap situasi keuangan calon debitur secara keseluruhan, termasuk arus kas sebelumnya dan yang diproyeksikan, untuk mengevaluasi kemampuan debitur dalam menopang pembiayaan proyek atau perusahaan.
- d. Agunan, yaitu penilaian bank terhadap agunan calon debitur.
- e. Kondisi Ekonomi, yang mengacu pada evaluasi bank terhadap keadaan pasar domestik dan internasional saat ini dan yang akan datang dalam rangka menggunakan pinjaman bank untuk menentukan kemungkinan pemasaran hasil perusahaan debitur.(Eprianti, 2019)

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian lapangan adalah jenis penelitian ini. Penelitian lapangan langsung atau penelitian yang dilakukan di lapangan itulah yang dimaksud dengan istilah tersebut. Peneliti melakukan studi lapangan untuk mengumpulkan informasi atau data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan yaitu di BSI KC 1 Kudus.(Raco, n.d.)

Penulis dalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif. Alat penting dalam penelitian kualitatif adalah temuan yang peneliti buat saat melakukan studi di lapangan. Oleh karena itu, peneliti perlu memiliki berbagai ide dan wawasan yang luas agar mampu mengevaluasi dan mengorganisasikan butir-butir kajian secara kritis.(Gumilang, 2016) Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan BSI KC 1 Kudus.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat pengumpulan data dan informasi khusus untuk peneliti. Kantor BSI KC 1 Kudus yang terletak di Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 9, Magersari, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59317, adalah tempat penelitian ini dilakukan. Peneliti memilih lokasi ini karena berfungsi sebagai tempat uji coba untuk masalah dengan mendapatkan dana konsumen.

3. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data

Dalam penelitian ini, peneliti harus menjelajahi lapangan untuk mencari data untuk menemukan dan memperoleh data yang mereka butuhkan. Data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan tersebut adalah data yang berkaitan dengan rumusan masalah pada penelitian di BSI

KC 1 Kudus dalam melakukan evaluasi untuk mendapatkan nasabah pembiayaan di BSI KC 1 Kudus.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data asli atau data mentah yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri, khususnya untuk menjawab pertanyaan penelitian. (Istijanto, 2005) Data yang diperoleh langsung peneliti berasal dari hasil wawancara dengan pimpinan BSI KC 1 Kudus.

4. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari teknik atau prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dan instrumen penelitian untuk mengumpulkan fakta-fakta sosial, yang dapat dicapai dengan menggunakan berbagai alat penelitian.

a. Wawancara

Wawancara mendalam digunakan dalam studi kualitatif ini untuk mempelajari lebih lanjut tentang data lisan, penelitian profil bisnis, pernyataan visi dan tujuan perusahaan, identitas umum perusahaan, dan cara menarik klien pembiayaan melalui dialog atau tanya jawab ke lembaga terkait. Setelah peneliti menuliskannya atau mencatatnya, dengan masalah yang sedang diselidiki.

b. Dokumentasi

Peneliti memanfaatkan teknik dokumentasi selain pendekatan wawancara untuk mengumpulkan data penelitian. Teknik observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif dilengkapi dengan studi kepustakaan. Penelitian kualitatif yang menggunakan alat bantu media berupa tulisan, gambar, dan rekaman elektronik dilengkapi dengan prosedur pengumpulan data dengan menggunakan dokumen.

5. Teknik Pengolahan Data

Setelah pengumpulan data selesai, metode berikutnya digunakan untuk pengolahan data:

a. Reduksi Data

Proses memilih, berkonsentrasi pada kesederhanaan, abstraksi, dan transformasi data mentah yang dihasilkan dari catatan tertulis terkait pekerjaan lapangan dikenal sebagai reduksi data. Bahkan sebelum pengumpulan data yang sebenarnya dimulai, seperti yang dapat dilihat dari kerangka konseptual penelitian, proses ini berlanjut selama penyelidikan. Topik studi dan teknik pengumpulan data yang dipilih peneliti. Menggabungkan data, encoding, memonitor tema, dan membentuk cluster

adalah contoh dari reduksi data. (Rijali, 2018) Penelitian ini menyederhanakan proses reduksi data dalam hal memperoleh nasabah pembiayaan untuk BSI KC 1, Kudus dengan merumuskan titik-titik seleksi berdasarkan pertanyaan penelitian dan berpedoman pada berbagai teori.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan mengumpulkan informasi sehingga memungkinkan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berupa catatan lapangan, matriks, grafik dan jaringan. Langkah penelitian dari peneliti ini adalah menyajikan data dalam bentuk teks naratif untuk menarik kesimpulan dan juga untuk menjawab pertanyaan penelitian. Studi ini menyediakan data yang relevan dengan penilaian dalam memperoleh nasabah pembiayaan BSI KC 1, Kudus.

c. Penarikan Kesimpulan

Selama di lapangan, peneliti terus-menerus melakukan penelitian sampai pada kesimpulan. Peneliti kualitatif mulai mencari pola dalam data segera setelah dikumpulkan, mencatat penjelasan berulang, pengaturan potensial, rantai sebab akibat, dan hipotesis (dalam catatan teoretis). Peneliti menarik banyak kesimpulan dari semua fakta yang disediakan sehingga dapat disusun secara koheren dan berurutan.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah teknik untuk mengolah informasi sedemikian rupa sehingga kesimpulan dan hasil yang dapat didukung oleh bukti adalah hasil akhir. Peneliti akan menulis atau merekam informasi yang diperoleh dari wawancara. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Tujuan dari deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan kejadian atau peristiwa saat ini. (Islam & Alauddin, 2020) Dengan kata lain, penelitian ini hanya berusaha mengumpulkan data faktual secara mendalam dan komprehensif, daripada berusaha menjelaskan keterkaitannya.

7. Kerangka Berpikir

Keterkaitan antar variabel yang akan diteliti secara teoritis akan dijelaskan oleh kerangka yang kuat. Kerangka kerja ini adalah penjelasan sementara dari gejala yang menciptakan objek masalah, karena merupakan model konseptual tentang bagaimana teori terhubung ke berbagai aspek yang telah ditetapkan sebagai kesulitan esensial. (sangadah & Kartawidjaja, 2020) Selain promosi dari mulut ke mulut, penjualan *door-to-door*, layanan luar biasa yang terus kami berikan kepada konsumen, dan pemasaran media sosial, selain itu juga aktif memasarkan kepada masyarakat dengan melakukan sosialisasi di sekolah-sekolah.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada 1 Februari 2021, yaitu 19 Jumadil Akhir 1442 H, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah melebur menjadi satu organisasi yang kemudian dikenal dengan nama Bank Syariah Indonesia (BSI). Ketiga bank syariah akan menggabungkan kekuatan mereka melalui merger ini untuk memberikan layanan yang lebih komprehensif, klien yang lebih besar, dan basis permodalan yang lebih kuat. Kemunculan Bank Syariah Indonesia juga mencerminkan wajah perbankan syariah yang kontemporer, menyeluruh, dan bermanfaat di Indonesia (Rahmatan Lil'Aalamin). Perusahaan milik Bank Syariah Indonesia menyediakan barang dan jasa sebagai berikut:

1. Services
2. Pembiayaan
3. Simpanan
4. Cash Management

Menurut Bapak Agung Setyawan selaku pegawai operasional Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus, terdapat beberapa strategi dalam memperoleh nasabah pembiayaan yang sehat yaitu dengan melakukan survei ke tempat usaha yang dimiliki oleh nasabah dan juga mengecek data yang nasabah miliki melalui BI Checking. Disitulah kita bisa melihat data pembiayaan dari calon nasabah dibank mana saja. Hal tersebut sudah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haya & Tambunan, 2022) bahwa, bank selalu mengevaluasi calon nasabah sebelum menawarkan pembiayaan kepada nasabah, namun pada bank biasa terdapat, ada banyak prinsip evaluasi untuk mendapatkan nasabah pembiayaan yang sehat dalam mengevaluasi pembiayaan nasabah itu ada beberapa prinsip yang umumnya diterapkan dengan menggunakan prinsip 5c . penilaian kredit adalah kegiatan menilai kondisi calon debitur atau perusahaan. Tinjauan pembiayaan atau analisis kredit bertujuan untuk menilai atau mengevaluasi kesediaan atau kemampuan nasabaha potensial untuk membayar kembali pinjaman dan membayar bungasesuai dengan ketentuan perjanjian pinjaman. Teknik promosi yang diberikan pihak bank yang dipromosikan kepada nasabah dengan melakukan teknik pendekatan secara personal kepada nasabah yaitu dengan membuka gerai promosi ke lembaga rekanan, melakukan pemasangan iklan dan penawaran pembiayaan ke pelaku usaha kecil menengah.

Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus mengembangkan promosi pembiayaan yang ada dibank supaya menarik nasabah dengan cara melakukan pendekatan personal serta menawarkan keuntungan dan diskon margin pembiayaan. Teknik pembiayaan yang bank gunakan untuk menarik nasabah pembiayaan dengan melakukan penyebaran brosur ke masyarakat dengan persyaratan yang mudah dan proses cepat, simulasi angsuran yang tetap.

Menurut Bapak Yogo selaku pegawai marketing Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus melanjutkan penjelasan mengenai memperoleh nasabah pembiayaan yang sehat itu dilakukannya survei ke tempat usaha milik nasabah, dalam pembiayaan itu untuk menilai besarnya plafon yang akan diberikan ke nasabah untuk menentukan minimal dan maksimal. Usaha minimal itu plafon yang layak diberikan ke nasabah itu berapa dan sesuai dengan tujuannya. Terkait dalam mengecek data nasabah melalui BI Checking di Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus itu rahasia karena data nasabah tidak boleh keluar atau bocor. Nah dan sekarang di bank bsi sudah bisa melakukan setor tunai melalui mesin atm, yang sudah beroperasi mulai bulan maret

Teknik promosi di Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus dengan pemasangan iklan antara lain melalui mulut ke mulut (*door to door*) dan media sosial seperti video terkait produk keseluruhan dari Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus, pemasangan iklan atau spanduk tersebut melalui dipasang di depan kantor, di sekolah-sekolah maupun dipasar. Teknik promosi dengan pendekatan personal di Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus ini berarti melakukan teknik merayu nasabah terkait produk antara lain dana, dana itu kita harus mencari celah atau kesempatan agar nasabah tertarik misalnya mencari tahu melalui hobinya, kegemaran dalam makanannya dan selain itu bank setiap nasabah ulang tahun pihak bank BSI akan memberikan Give atau kue ulang tahun bagi yang berulang tahun. Hal ini sesuai yang dilakukan oleh peneliti (Haya & Tambunan, 2022) disitu dijelaskan bahwa strategi yang digunakan dalam memperoleh nasabah adalah dengan cra melalui media social, selain itu lewat mulut ke mulut, door to door, servis exelent yang terus kami berikan kepada nasabah, dan juga melakukan promosi-promosi ke masyarakat secara langsung seperti sosialisasi di sekolah-sekolah.

Untuk personalnya, kalau untuk personal ke nasabah itu hampir sama. Maksudnya kalau dana itu lain, kalau pembiayaan itu bank BSI ada dua pendekatan melalui dua tujuan yang pertama, untuk menggait nasabah tersebut agar mau mengambil pembiayaan atau kredit itu yang diberikan oleh bank. Kedua, secara menten tertarik pembayaran kembali nasabah ke bank. Pendekatan yang sering dilakukan oleh bank BSI yaitu dengan mengunjungi rumah nasabah, sering berkomunikasi melalui telepon. Di Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus sudah mulai dilakukannya setor tunai kira-kira pada Bulan Maret kemarin tahun 2022.

Menurut informan Bapak Setyawan selaku nasabah dari Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus alasan tertarik menjadi nasabah di Bank syariah indonesia karena bank ini berpedoman dengan sistem perbankan syariah dan dibank syariah indonesia ini tidak mengandung unsur ribanya. Bapak Setyawan sudah menabung dibank syariah indonesia selama 3 tahun dan fasilitas yang

didapat dari bank syariah indonesia adalah mobile banking dan internet banking. Menurut pendapat dari Bapak Setyawan sistem bagi hasil yang diterapkan Bank Syariah Indonesia untuk menghindari riba yaitu tidak mengandung unsur riba karena untung atau tidaknya hasil investasi akan ditanggung bersama. Untuk dibagi bersama dan rugi ditanggung bersama. Akad yang digunakan bank syariah indonesia dalam sistem bagi hasil saya kurang tahu.

Menurut informan Ibu Dea selaku nasabah dari Bank Syariah Indonesia alasan tertarik menjadi nasabah di bank syariah indonesia dikarenakan bank terjamin oleh LPS, dilengkapi fasilitas internet banking dan menggunakan sistem bagi hasil. Ibu Dea sudah menabung di bank syariah indonesia selama 2 tahun serta mendapatkan fasilitas yang didapatkan antara lain mobile banking. Bank syariah dianggap sebagai solusi sebagian masyarakat muslim yang menganggap riba adalah hal yang terlarang. Di bank syariah indonesia tidak menggunakan sistem riba melainkan sistem bagi hasil.

Dibank syariah indonesia juga terdapat beberapa jenis akad yang menjadi dasar perjanjian dengan nasabah, salah satunya akad murabahah yang biasanya digunakan untuk membeli rumah, kendaraan dan kebutuhan lainnya. Menurut Ibu Dea terdapat hadiah atau event di bank syariah indonesia antara lain terdapat hujan rejeki BSI Mobile yang berdasarkan izin Kemensos Republik Indonesia No. 731/HUK-UND/2021 tentang pemberian izin penyelenggaraan undian gratis berhadiah kepada bank syariah indonesia. Ibu Dea menjelaskan semenjak menabung tidak ada kesulitan karena di bank syariah indonesia sudah ada atm setor tunai atau (cash recycle machine), tarik tunai, transfer antar bank semua nasabah BSI.

E. KESIMPULAN

Pada 1 Februari 2021, yaitu 19 Jumadil Akhir 1442 H, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah melebur menjadi satu organisasi yang kemudian dikenal dengan nama Bank Syariah Indonesia (BSI). Ketiga bank syariah akan menggabungkan kekuatan mereka melalui merger ini untuk memberikan layanan yang lebih komprehensif, klien yang lebih besar, dan basis permodalan yang lebih kuat. Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus mengembangkan promosi pembiayaan yang ada di bank supaya menarik nasabah dengan cara melakukan pendekatan personal serta menawarkan keuntungan dan diskon margin pembiayaan. Teknik pembiayaan yang bank gunakan untuk menarik nasabah pembiayaan dengan melakukan penyebaran brosur ke masyarakat dengan persyaratan yang mudah dan proses cepas, simulasi angsuran yang tetap.

Teknik promosi di Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus dengan pemasangan iklan antara lain melalui mulut ke mulut (*door to door*) dan media sosial seperti video terkait produk keseluruhan dari Bank Syariah Indonesia KC

A. Yani 1 Kudus, pemasangan iklan atau spanduk tersebut melalui dipasang di depan kantor, di sekolah-sekolah maupun dipasar. Teknik promosi dengan pendekatan personal di Bank Syariah Indonesia KC A. Yani 1 Kudus ini berarti melakukan teknik merayu nasabah terkait produk antara lain dana, dana itu kita harus mencari celah atau kesempatan agar nasabah tertarik misalnya mencari tahu melalui hobinya, kegemaran dalam makanannya dan selain itu bank setiap nasabah ulang tahun pihak bank BSI akan memberikan Give atau kue ulang tahun bagi yang berulang tahun. Di bank syariah indonesia juga terdapat beberapa jenis akad yang menjadi dasar perjanjian dengan nasabah, salah satunya akad murabahah yang biasanya digunakan untuk membeli rumah, kendaraan dan kebutuhan lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- Eprianti, N. (2019). Penerapan Prinsip 5C Terhadap Tingkat Non Performing Financing (Npf). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 252–266. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i2.4645>
- Gumilang, G. S. (2016). Metode Penelitian Kualitatif Dalam. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2), 1–16.
- Haya, S. F., & Tambunan, K. (2022). Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Ilyas, R. (2015). Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syari'Ah. *Jurnal Penelitian*, 9(1), 183–204. <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.859>
- Islam, U., & Alauddin, N. (2020). *Kelayakan Nasabah Dalam Pemberian Pembiayaan Pada PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah IMB Kota Makassar*. 4(2).
- Istijanto. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank*.
- Mujib, A. (2016). Manajemen strategi promosi produk pembiayaan perbankan syariah. *Perbankan Syariah*, 1(1), 75–99.
- Putri, A. E. (2019). *STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH (Studi Pada BNI Syariah Cabang Bengkulu)*. 1, 1–98.
- Raco, R. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- sangadah, khotimatus, & Kartawidjaja, J. (2020). Analisis Pengaruh Prinsip 5c Terhadap Tingkat Pengembalian Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Qiradh Baiturrahman Banda Aceh. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1), 53.
- Sciences, H. (2016). *Kelayakan Nasabah Dalam Pemberian Pembiayaan Pada PT.BANK Pembiayaan Rakyat Syariah IMB Kota Makassar*. 4(1), 1–23.

- Setiawan, U. N. A. (2016). Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK), Capital Adequacy Ratio (CAR), dan Non Performing Financing (NPF) Terhadap Profitabilitas Bank Syariah dengan Pembiayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 5(3), 1535–1540. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/10209/>
- Yuliana, I. N., & Mubarokah, I. 2021. (2021). Pengaruh Pendapatan Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah, Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Pt Bank Bni Syariah Tahun 2012-2019. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 129–142. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i01.1237>