

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Paparan data**

##### **1. Gambaran Umum Bank Jatim Syariah**

###### **a. Sejarah Bank Jatim Syariah**

Sejarah bank jatim syariah surabaya berawal dari sejarah Bank Pembangunan Daerah Jawa timur, yang dikenal dengan sebutan Bank JATIM, didirikan pada tanggal 17 agustus 1961 di Surabaya. Landasan hukum pendirian adalah Akte Notaris Anwar Mahajudin Nomor 91 tanggal 17 Agustus 1961 dan dilengkapi dengan landasan operasional Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor BUM.9-4-5 tanggal 15 Agustus 1961.

Dalam rangka mempertahankan eksistensi dan mengimbangi tuntutan perbankan saat itu, maka sesuai dengan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tahun buku 1997 telah disetujui perubahan bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah menjadi Perseroan Terbatas (PT). Berdasarkan Pasal 2 Peraturan Menteri Dalam Negeri (PMDN) Nomor 1 tahun 1998 tentang bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah, maka pada tanggal 20 maret 1999 Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur telah mensahkan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 1999 tentang Perubahan Bentuk Hukum

Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Dari Perusahaan Daerah (PD)Menjadi Perseoran Terbatas Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur.

Bank jatim merupakan bank konvensional yang peka terhadap kebutuhan masyarakat, sehingga Bank Jatim membentuk Unit Usaha Syariah yang didirikan berdasarkan Surat Bank Indonesia Nomor 9/75/DS/Sb tanggal 4 april 2007 perihal persetujuan prinsip pendirian Unit Usaha Syariah (UUS), pembentukan kantor cabang syariah dan anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS) serta surat Bank indonesia Nomor 9/148/DPIP/Prz/Sb tanggal 24 juli 2007 perihal : izin pembukaan kantor cabang syariah.

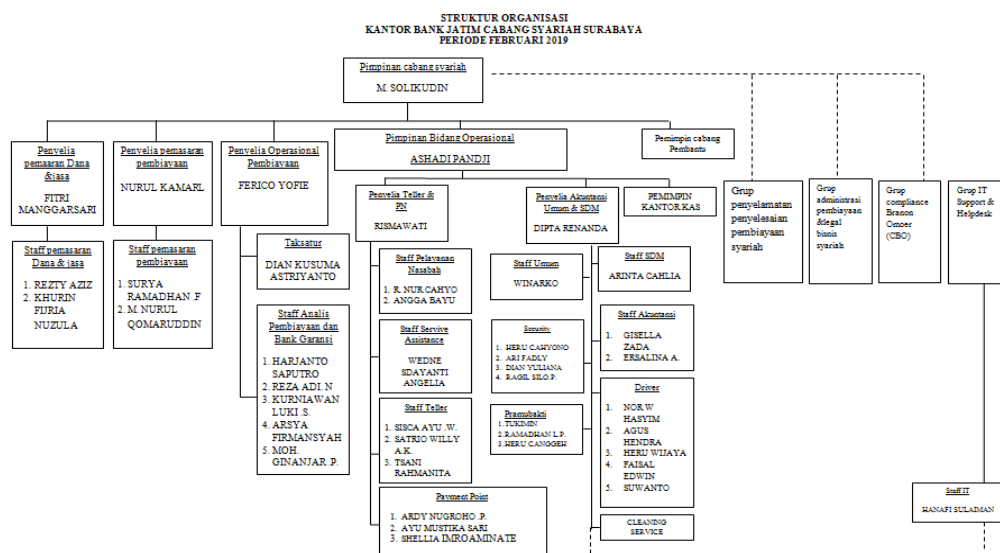
Operasional Bank Jatim Syariah diresmikan pada hari selasa tanggal 21 Agustus 2007 betepatan dengan tanggal 8 syaban 1428 H. Dalam perjalanannya selama sebelas tahun beroperasi BankJatim Syariah telah hadir dengan banyak melakukan pengembanagan dan inovasi guna memberikan layanan financial yang terbaik sesuai kebutuhan nasabah melalui beragam produk dengan prinsip syariah.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup>Bank jatim Syariah “ *profil Bank Jatim Syariah* ” dalam <http://www.bankjatim.co.id/id/tentang-bankjatim/profil> diakses pada tanggal 9 february 2019 pukul 13.00

## b. Struktur organisasi, Personalia dan Diskripsi Tugas Bank Jatim Syariah

Di Bank Jatim Syariah Cabang Surabaya memiliki 4 Cabang Pembantuyaitu Capem Wiyung, Capem Merr, Capem Ampel. Berikut adalah struktur organisasi Bank Jatim Syariah.<sup>57</sup>

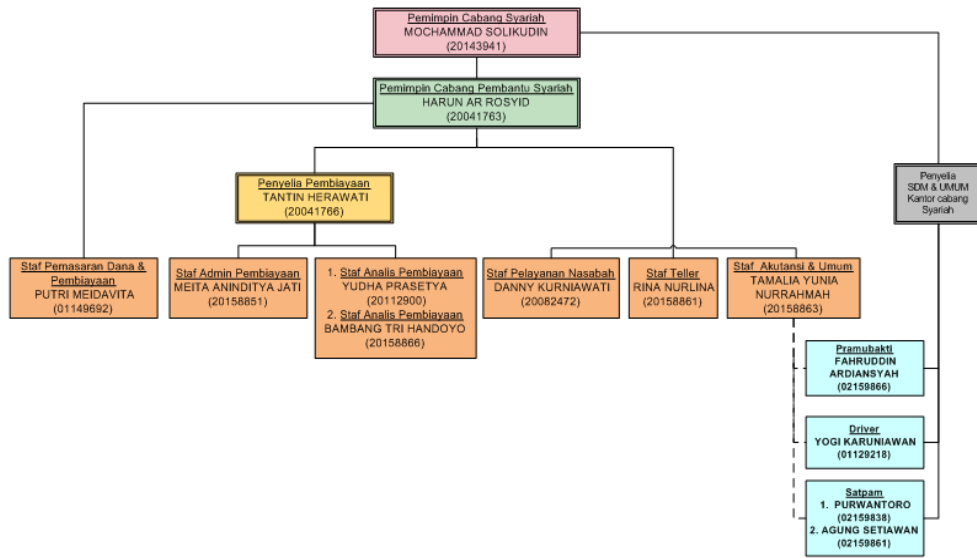


**Gambar 4.1**

### Struktur organisasi Bank Jatim Syariah Cabang Basuki Rahmat Surabaya

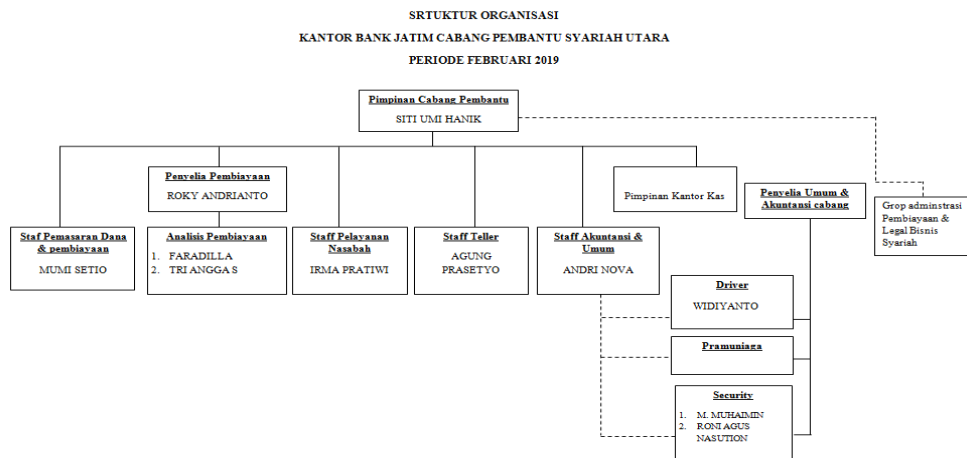
Sumber: wawancara dengan penyelia umum Bank Jtim Syariah KC Basuki Rahmat Surabaya 18 Februari 2019.

<sup>57</sup>Sumber: wawancara dengan penyelia umum Bank Jtim Syariah KC Basuki Rahmat Surabaya 18 Februari 2019.



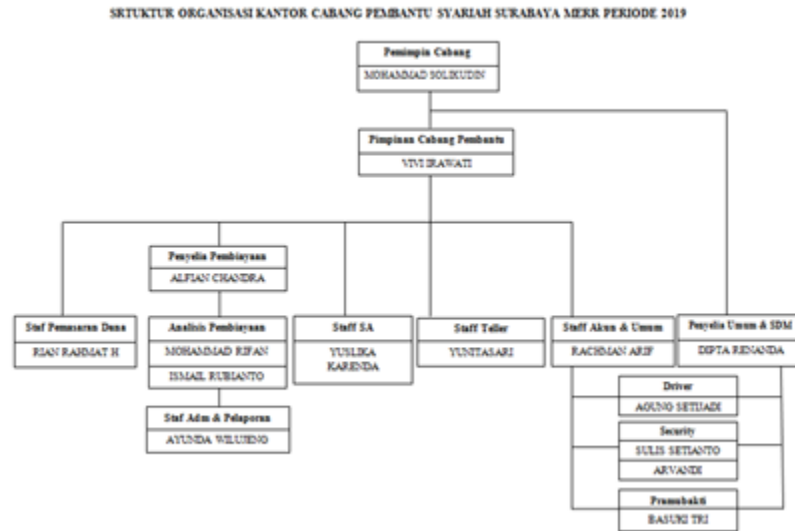
Sumber: wawancara dengan penyelia umum Bank Jtim Syariah KC Basuki Rahmat Surabaya 18 Februari 2019.

**Gambar 4.2**  
**Struktur organisasi Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Wiyung**



**Gambar 4.3**  
**Struktur Organisasi Bank Jatim Syariah Ampel Surabaya**

Sumber: wawancara dengan penyelia umum Bank Jtim Syariah KC Basuki Rahmat Surabaya 18 Februari 2019.



Sumber: wawancara dengan penyelia umum Bank Jtim Syariah KC Basuki Rahmat Surabaya 18 Februari 2019.

**Gambar 4.4**  
**Struktur Organisasi Bank Jatim Syariah Merr Surabaya**

#### 11) Pemimpin Cabang Utama

Membawahi pemimpin bidang operasional, pemimpin bidang pelayanan nasabah, pemimpin cabang pembantu, kontrol internal, pemimpin kantor kas, penyelia pemasaran, penyelia umum & SDM dan penyelia payment point.

#### 12) Pemimpin Bidang Operasional

Membawahi penyelia kredit mikro & kecil dan penyelia akuntansi & teknologi.

#### 13) Pemimpin Bidang pelayanan nasabah

Membawahi penyelia teller, penyelia luar negeri, dan penyelia pelayanan nasabah.

#### 14) Penyelia pemasaran

Sebagaimana dimaksud pada butir di atas mempunyai tugas-tugas pokok:

- a) Menghimpun dana dan mengelola dana dalam bentuk perkreditan non program dan non konsumtif dalam batas wewenang cabang serta menantau daftar hitam dan daftar kredit macet yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia.
- b) Menganalisa permohonan pembiayaan, bank garansi dengan plafond sesuai wewenangnya.
- c) Melakukan koordinasi dengan kantor pusat berkaitan dengan penyaluran kredit dengan jumlah plafond tertentu yang pemrosesan permohonan pembiayaanya dilaksanakan oleh kantor pusat, serta menyelenggarakan kegiatan administrasi pembiayaan.
- d) Mengadakan supervisi dan penagihan atas pembiayaan yang tergolong lancar dan dalam perhatian khusus yang telah direalisasi.
- e) Memantau aktifitas pemberian pembiayaan menengah dan penagihan kreditt menengah yang bermasalah.
- f) Melaksanakan kegiatan penyelesaian pembiayaan bermasalah baik secara sendiri maupun berkoordinasi dengan divisi khusus, antara lain.

- g) Melaksanakan upaya penyelamatan dan penyelesaian pembiayaan bermasalah (kurang lancar, diragukan, macet dan dihapus bukukan) serta mengupayakan langkah-langkah penyelamatan.
- h) Melaksanakan tindakan pengamanan atas barang jaminan baik secara fisik maupun yuridis dan mengupayakan tindak lanjut penyelesaiannya.
- i) Melaksanakan penjualan barang jaminan yang telah dikuasakan/diserahkan kepada bank baik oleh debitur maupun pemilik barang.
- j) Melakukan penagihan-penagihan kepada debitur yang pembiayaannya bermasalah (kurang lancar, diragukan, macet dan dihapus bukukan), baik melalui surat maupun sarana lainnya.
- k) Melaksanakan kegiatan restrukturisasi pembiayaan serta pengawasan pembiayaan.

Dalam melakukan tugas-tugas pokok tersebut di atas, penyelia ini membawahi beberapa Account Officier (AO) dan Asisten Administrasi.

#### 1. Penyelia Umum/Sumber Daya Manusia

Sebagaimana dimaksud pada butir, mempunyai tugas-tugas pokok :

- a. Menyelenggarakan usaha-usaha kesekretariatan, personalia, umum dan usaha-usaha lain yang sejenis sepanjang usaha tersebut menjadi wewenang kantor cabang utama.
- b. Menyelenggarakan kegiatan perhitungan/pembayaran gaji pegawai, pajak dan asuransi pegawai, pajak dan asuransi pegawai serta hak-hak pegawai lainnya.
- c. Mengadakan pencatatan dan pendistribusian barang-barang persediaan kepada seluruh penyelia yang membutuhkan serta membuat pertanggung-jawaban setiap akhir bulan.
- d. Mengelola barang-barang persediaan.

## 2. Penyelia Teller

Sebagaimana dimaksud pada butir di atas, mempunyai tugas-tugas pokok:

- a. Mengelola dan membuat laporan posisi harian kas serta bertanggung jawab atas persediaan uang dalam kasanah.
- b. Menyediakan uang kas untuk para teller pada pagi hari, ATM dan melayani bon uang dari penyelia teller selama jam pelayanan kas.
- c. Menerima penyeteroran kembali uang kas dari penyelia teller II setelah tutup kas.
- d. Mengelola kegiatan kas keliling dan payment point.



- e. Menerima setoran dan melakukan pembayaran dari/ke cabang pembantu, kantor kas dan payment point untuk kegiatan operasional.
- f. Mengambil dan menyetor uang kas ke Bank Indonesia atau bank lainnya untuk keperluan penyediaan uang kas baik untuk keperluan cabang utama dan 15 cabang wilayah kerja Bank Indonesia.
- g. Mengelola pembayaran gaji pegawai pemerintah propinsi dan pemerintah kabupaten/kotamadya serta mengelola pembayaran uang pensiun.
- h. Melakukan tugas sortir uang sebelum dimasukkan ke dalam kasanah.
- i. Melakukan pengawasan dan penelitian atas semua kegiatan di unit kerjanya agar sesuai dengan ketentuan, melakukan pencegahan timbulnya kesalahan dalam pelaksanaan tugas di unit kerjanya serta membuat laporan atas hasil pengamatan yang dilakukan bila dipandang perlu.

### 3. Penyelia Akuntansi dan Teknologi

Sebagaimana dimaksud pada butir di atas, mempunyai tugas-tugas pokok :

- a. Menyelenggarakan pembukuan atas transaksi-transaksi.
- b. Menyelenggarakan pembukuan atas transaksi-transaksi.
- c. Menyimpan bukti-bukti pembukuan.

- d. Membuat neraca dan rugi / laba dan laporan-laporan ke BI.
- e. Mengadakan analisa dan laporan keuangan cabang.
- f. Menjaga agar instalasi komputer beserta alat pendukungnya siap dioperasikan.
- g. Mengatur dan mengawasi penggunaan instalasi komputer di lingkungan cabang utama.

#### 4. Penyelia Pelayanan Nasabah

Sebagaimana dimaksud pada butir di atas, mempunyai tugas-tugas pokok:

- a. Menyelesaikan permohonan nasabah dan calon nasabah dalam hubungannya dengan penjualan.
- b. Menyelesaikan permohonan nasabah dan calon nasabah dalam hubungannya dengan penjualan produk dan jasa bank.
- c. Mengusahakan secara aktif bertambahnya nasabah baru dengan kerjasama dengan pemasaran dana.
- d. Memberikan pelayanan permohonan referensi bank dan penyewa anasave deposit box.
- e. Melaksanakan administrasi operasi di bidang giro, tabungan, deposit dan sertifikat deposito.
- f. Berkoordinasi dengan pengelolabisniskartu kantor pusat dalam melayani permohonan kartu ATM dari nasabah.

- g. Memantau persediaan uang diATM dan berkoordinasi dengan penyelia teller dalam mengisi uang di ATM jika persediaan telah mencapai batas minimal.

**c. Produk dan Aplikasi Akad**

1) Penghimpunan Dana

a) Tabungan Barokah

Simpanan dengan prinsip bagi hasil (*mudharabah*) antara bank dengan nasabah sesuai nisbah yang telah ditentukan yang penarikannya bias dilakukan sewaktu – waktu.

b) Tabungan Haji Amanah

Tabungan haji amanah adalah simpanan menggunakan prinsip *mudharabah muthlaqah*, tabungan kepercayaan umat mewujudkan niat dan langkah menuju baitullah semoga menjadi haji mabrur.

c) Tabungan KU-IB

Tabungan KU-IB adalah simpanan dengan menggunakan prinsip *Wadiah Yad Adh Dhamanah* dimana simpanan anda diperlukan sebagai titipan yang terjaga kemanannya dan penarikan terjaga kemanannya dan penarikan dapat dilakukan setiap saat.

2) Deposito Barokah

Simpanan berjangka dalam bentuk deposito dengan prinsip mudharabah muthlaqah dengan bagi hasil yang bersaing, aman, menentramkan dan Insya Allah barokah.

### 3) Giro amanah

Giro amanah adalah sarana penyimpanan dana dengan menggunakan prinsip wadiah Yad Dhamanah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau dengan pemindahbukuan, Andadiperlakukansebagaititipan yang kami jaga keamanan dan ketersediaanya setiap saat guna menjunjung kelancaran usaha anda.

### 4) Giro Maxi

Fasilitas Giro yang dirancang khusus untuk nasabah denganbagihasilyangsetara dengantabungan hanyadiBank JatimSyariah.

## b. Produk Pembiayaan

### 1) PembiayaanMultigunaSyariah

Fasilitas pinjaman yang diberikan bank kepada nasabah yang mempunyai penghasilan tetap (fix income) dengan akad murabahah.

### 2) KPRiBGriyaBarokah

Pembiayaan jangka pendek, menengah, ataupunjang untuk membiayaipembelian rumah tinggal(konsumtif),baikbaru maupun bekas,dilingkungandevlopermaupunnon devloper dengan sistem murabahah.

### 3) KPR Angsuran Bebas (Kab)

Merupakan pengembangan dari produk KPR iB Barokah yang ditujukan untuk nasabah yang mempunyai penghasilan tetap/ fix income.

### 4) KUR Syariah

Fasilitas pembiayaan modal kerja maupun investasi untuk usaha produktif berupa pengadaan bahan baku, barang dagangan/persediaan, kebutuhan operasional, pembelian properti, kendaraan, mesin dan sebagainya, dengan menggunakan prinsip Syariah.

### 5) Emas iB Barokah

Fasilitas pinjaman yang diberikan bank kepada nasabah berdasarkan kesepakatan, dimana nasabah menyerahkan secara fisik barang berharga berupa emas (baik lantakan maupun perhiasan), selanjutnya bank memberikan surat gadai sebagai jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang nasabah kepada bank.

### 6) Talangan Haji "Al Mabru"

Pinjaman talangan dari bank kepada nasabah khusus untuk menutupi kekurangan dana guna mendapatkan nomor porsi untuk berangkat haji, berdasarkan prinsip Qardh dimana Bank Jatim Syariah memberikan pinjaman kepada nasabah tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara

sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

#### 7) Pembiayaan Kepemilikan Logam Emas (KLE) iB Barokah

Fasilitas pembiayaan kepemilikan logam emas iB Barokah (KLE iB Barokah) adalah pembiayaan yang diberikan untuk membantu anda memiliki emas lantak dengan cara mengangsur setiap bulan.

#### 8) Umroh IbMaqbula

Umroh ib Maqbula adalah produk pembiayaan kepada nasabah yang akan melakukan perjalanan umroh dengan angsuran tetap sampai dengan jangka waktu pembiayaan.<sup>58</sup>

## **2. Penerapan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna dalam Bank Jatim Syariah.**

Dalam penerapan strategi pemasaran produk pembiayaan Multiguna Syariah Bank Jatim Syariah mengungkapkan menerapkan bauran pemasaran syariah 4P.<sup>59</sup> Dalam strategi pemasaran ini terdapat 4 bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler diantaranya *product*, *price*, *promotion* dan *place*. Dalam penerapannya pada Bank Jatim Syariah adalah sebagai berikut:<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup>Bank Jatim Syariah “ *profil Bank Jatim Syariah* ” dalam <http://www.bankjatim.co.id/id/tentang-bankjatim/profil> diakses pada tanggal 11 februari 2019 pukul 11.00

<sup>59</sup> Wawancara dengan staf bagian pemasaran Bank Jatim Syariah pada 18 Februari 2019

<sup>60</sup> Olahan hasil wawancara dengan staf marketing Pembiayaan Multiguna Syariah pada 24 Juli 2019

a. *Produk*

Pada bauran pemasaran ini Bank Jatim Syariah menerapkan bauran pemasaran berupa *product* untuk menganalisa produk ini agar manfaatnya dapat dirasakan oleh nasabah. Bank Jatim Syariah dalam pemasaran ini memiliki produk berupa jasa sehingga produk ini berupa abstrak. Untuk itu manfaat dalam produk ini adalah dirasakan oleh nasabah.

Pada bauran pemasaran produk ini bank Jatim Syariah menggugulkan produk pembiayaan Multiguna Syariaiah dari segi penggunaan anggunan yang berupa SK. Menurut staf bagian marketing pada Bank Jatim Syariah penggunaan SK ini sudah menjadi daya tarik dari produk ini sendiri. Sehingga Bank Jatim Syariah merasa tidak perlu menggunakan bantuan pemasaran lainnya seperti penggunaan *merchendes* untuk menarik pelanggan.

Menurut bank Jatim Syariah pada saat mengenalkan produk ini dan menunjukkan skema penentuan margin pada setiap plafond nasabah akan langsung tertarik karena margin yang ditawarkan cukup kompetitif. Selain itu kemampuan Bank Jatim Syariah memberikan plafond pembiayaan hingga mencapai 60% dari total gaji menjadi daya tarik lain dari produk ini.

Banyak lembaga keuangan lain dengan margin yang lebih mahal namun tidak sanggup memberikan pembiayaan seperti yang diawarkan oleh Bank Jatim Syariah. Selain itu pada pembiayaan menggunakan asuransi. Sehingga ketika terjadi hal yang tidak diinginkan seperti terjadi

kematian pada nasabah yang mengajukan pembiayaan ini, maka pembiayaan ini akan di *cover* seluruhnya oleh asuransi. Sehingga utang pada pembiayaan ini tidak bersifat diwariskan.

Selain itu pada saat pengenalan produk ini Bank Jatim Syariah juga akan menawarkan pembukaan penyaluran gaji karyawan secara *payroll* karena dalam pembayaran pembiayaan ini Bank akan langsung memotong gaji dari nasabah yang mengajukan pembiayaan ini. Hal ini dinilai semakin menambah kemudahan pada nasabah dan instansi itu sendiri karena gaji akan langsung disalurkan pada masing-masing karyawan sehingga karyawan instansi juga merasakan kemudahan dengan gaji yang langsung disalurkan dari Bank Jatim Syariah ini.

b. *Price*

Dalam segi harga pada produk ini tidak menawarkan harga special pada barang yang diinginkan nasabah. Namun demikian Bank Jatim Syariah mampu memberikan plafond pembiayaan yang besar hingga mencapai 60% dari gaji karyawan. Hal ini tentu sangat menggiurkan bagi nasabah. Karena sebagai karyawan swasta sangat jarang lembaga keuangan mampu memberikan plafond pembiayaan hingga sebesar 60% dari total gaji karyawan.

Hal ini didukung dengan penentuan margin yang kompetitif. Hal ini yang selama ini menjadi andalan Bank Jatim Syariah dalam memasarkan produk ini. Pada saat melakukan pengenalan mengenai produk ini Bank Jatim Syariah akan menunjukkan skema penentuan margin pada setiap



plafond yang akan diajukan. Dalam skema ini nasabah akan menilai penentuan margin antara Bank Jatim Syariah dengan Bank lain. Karena margin yang kompetitif ini sehingga banyak nasabah yang tertarik untuk kemudian mengadakan pembiayaan ini.

Penentuan margin ini sendiri ditentukan oleh kebijakan intern bank dan bagi hasil dari produk akad *Mudharabah*. Jadi semakin besar bagi hasil dari produk pembiayaan dengan akad *Mudharabah* semakin kecil margin yang ditentukan.

c. *Promotion*

Pada bauran pemasaran produk ini Bank Jatim Syariah menggunakan strategi marketing secara *door to door* atau kunjungan kepada instansi yang memiliki predikat baik. Selain itu Bank Jatim Syariah juga terkadang menghubungi pimpinan atau sekretaris instansi tersebut untuk mengadakan kunjungan atau menawarkan produk mereka dahulu pada pimpinan sebuah instansi.

Dalam pemasaran produk ini Bank Jatim Syariah hanya memasarkan pada saat kunjungan dengan instansi yang telah bekerjasama dengan Bank Jatim Syariah atau terkadang pada saat kunjungan dengan maksud memasarkan produk lain, marketing Bank Jatim Syariah juga mengenalkan produk-produk mereka pada instansi tersebut. Sehingga ketika nasabah merasa tertarik pada salah satu produk pembiayaan ini maka penyelia atau pimpinan produk ini akan langsung datang untuk membuat kerjasama antara instansi tersebut dengan Bank Jatim Syariah.

Terkadang *marketing* produk pembiayaan ini memasarkan produk ini dari akun sosial pribadi. Mereka berfokus untuk memasarkan produk ini kepada orang terdekat mereka dahulu agar mudah diterima. Seperti apabila pada saat memasarkan produk ini pada akun media sosial mereka ada saudara atau teman yang tertarik maka *marketing* tersebut akan menjelaskan pada calon nasabah yang tertarik tersebut.

Pada pembiayaan ini Bank Jatim Syariah tidak menggunakan bantuan brosur maupun media sosial yang khusus untuk pemasaran produk ini. Mereka hanya menggunakan metode kunjungan untuk mengenalkan produk ini. Hal ini dikarenakan selama ini nasabah yang instansinya dikunjungi secara langsung oleh pihak Bank Jatim Syariah akan langsung tertarik dengan penawaran pada produk pembiayaan Multiguna Syariah ini.

#### d. *Place*

Pada umumnya karena Bank Jatim merupakan Bank khusus daerah Jawa Timur. Maka Bank Jatim memiliki kantor pada setiap kabupaten bahkan kecamatan di setiap kota di Jawa Timur. Begitupun dengan Bank Jatim Syariah. Meskipun belum sebanyak Bank Jatim Konvensional namun hampir pada setiap kabupaten terdapat juga Bank Jatim Syariah. Namun karena cabangnya yang belum begitu banyak dan belum menjangkau hingga ke dalam pelosok wilayah di Jawa Timur. Terkadang membuat nasabah merasa keawalan ketika harus menuju kantor cabang yang letaknya jauh.

Hal ini cukup berpengaruh melihat dalam pelayanannya Bank Jatim Syariah masih menggunakan metode manual apabila terjadi kendala yang

menyakut transaksi nasabah. Seperti pada kasus saat ATM nasabah terblokir maka nasabah harus kembali pada kantor cabangnya untuk membenarkan ATM tersebut. Sehingga apabila letak kantor cabang tersebut jauh akan mempersulit nasabah.

Secara lokasi penempatan Bank Jatim Syariah yang berada di pinggir jalan besar Basuki Rahmat sangat baik. Bank Jatim Syariah dapat terlihat dengan jelas karena persis berada didekat jalan raya Basuki Rahmat. Akan tetapi apabila nasabah yang belum pernah datang ke Bank Jatim Syariah dan melalui jalur dari arah patung sapi nasabah kebanyakan akan menuju Bank Jatim konven yang memiliki plakat nama yang besar dan dapat terlihat dari jarak jauh.

Selain itu letak plakat nama Bank Jatim Syariah yang tidak begitu terlihat dari jarak jauh akan membuat nasabah baru akan menyadari keberadaan Bank Jatim Syariah setelah melewatinya.

### **3. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna dalam Bank Jatim Syariah.**

#### **a. Produk**

Pada analisis produk ini Bank Jatim Syariah tidak menggunakan bantuan lain dalam memasarkan produk mereka. Dikatakan diatas bahwasannya kebanyakan nasabah langsung tertarik ketika melihat produk yang ditawarkan oleh Bank Jatim Syariah ini. Selain karena hanya

menggunakan angguna SK Bank Jatim Syariah juga dapat memberikan plafond yang besar dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya namun dengan margin yang kompetitif.<sup>61</sup> Kebanyakan nasabah akan langsung tertarik pada saat pihak Bank Jatim Syariah menunjukkan skema pembayaran berdasarkan plafond yang diajaukan.

Selain itu selain dari segi produk yang sudah memiliki daya tarik sendiri Bank Jatim Syariah juga menawarkan pembukaan layanan gaji dengan *payroll* karena pada produk ini pembayaran langsung dipotong oleh pihak Bank Jatim Syariah langsung dari rekening nasabah. Selain mempermudah nasabah dalam menggunakan uang mereka yang langsung masuk ke rekening. Nasabah tidak perlu repot membayar cicilan mereka dengan datang ke kantor Bank Jatim Syariah karena langsung dipotong oleh pihak Bank Jatim Syariah. Selain itu nasabah juga terbatu dengan adanya fasilitas ATM sehingga nasabah dapat menarik uang dimanapun.

Pada dasarnya daya tarik dari produk ini sendiri terletak dari penentuan plafond dengan maksimal yang cukup besar dengan margin yang ringan. Sehingga apabila dibandingkan dengan plafond yang ditawarkan oleh lembaga keunagn lain Bank Jatim Syariah memiliki keunnggulan yaitu plafond besar dengan margin kompetitif. Biasanya lembaga lain memberikan plafond yang cukup besar dengan margin yang terhitung besar juga. Sehingga bank Jatim Syariah merasa tida perlu memasarkan produk ini menggunakan *marchandese* sebaga daya tarik.

---

<sup>61</sup> Ibid

b. Price

Dalam segi harga berulang kali dibahas diatas bahwasannya Bank Jatim Syariah mampu menawarkan Plafond dengan maksimal 60% dengan margin yang rendah. Selain itu penentuan margin ini juga berdasarkan bagi hasil dari produk dengan akad *mudharabah*. Sehingga semakin besar perolehan bagi hasil *mudharabah* maka semakin kecil margin yang ditentukan. Selain itu kebijakan intern Bank juga berpengaruh dalam menentukan kebijakan *margin* ini.<sup>62</sup>

Seperti yang kita ketahui Bank Jatim Syariah adalah Unit Usaha Syariah dari Bank Jatim konven. Sementara Bank Jatim sendiri adalah bank yang mengelola gaji karyawan negeri di wilayah Jawa Timur. Sehingga dapat kita lihat bahwa Bank Jatim mengelola dana yang begitu besar sehingga hal ini berpengaruh dalam kebijakan intern bank.

Karena sebagai Unit Usaha Syariah Bank Jatim Syariah tentu mendapat sokongan dana dari Bank Jatim konven sehingga dari sinilah BankJatim Syariah mampu memberikan margin yang ringan meskipun memberikan plafond pembiayaan yang begitu besar.

c. Promotion

Sementara dari segi promosi Bank Jatim Syariah menggunakan metode kunjungan ke instansi yang memiliki predikat baik. Dalam kunjungan ini biasanya Bank Jatim Syariah memperkenalkan seluruh produk mereka. Dalam pemasaran produk pembiayaan melalui kunjungan ini biasanya

---

<sup>62</sup> Ibid

Bank Jatim Syariah akan menunjukkan skema pembayaran pada produk Multiguna ini. Biasanya setelah melihat skema ini nasabah akan tertarik kemudian membiacarkan pada pimpinan instansi mereka untuk mengadakan pembiayaan ini.

Sehingga dalam pembiayaan ini Bank Jatim Syariah tiak menggunakan brosur atau memiliki akun media sosial khusus untuk memasarkan produk ini. Karena memang pada dasarnya produk ini hanya dipasarkan pada nasabah Bank Jatim Syariah bukan untuk umum.

Terkadang pihak marketing memasarkan produk ini melalui media sosial mereka. Namun demikian meskipun pada saat kunjungan nasabah akan tertarik dengan hanya melihat skema pembayaran yang ditujukn oleh Bank JatimSyariah namun banyak nasabah yang pada kenyataanya tidak mengetahui produk ini.

Padahal apabila produk ini dipasarkan lebih lantang lagi mungkin ada nasabah yang memiliki instansi yang bagus juga dan tertarik pada pembiayaan ini kemudian bisa menjadi kesempatan Bank Jatim Syariah untuk mengadakan kerjasama dengan instansi tersebut.

Meskipun secara pengalama produk ini langsung diminati oleh nasabah namun pemasaran menggunakan metode media sosial dan brosur dirasa perlu untuk memberikan pemahaman kepada nasabah yang instansinya belum mendapat kunjungan dari Bank Jatim Syariah. Karena apabila produk ini terjual dengan baik maka hal ini akan berbanding lurus

dengan peningkatan jumlah nasabah pada Bank Jatim Syariah. Karena pada dasarnya produk ini hanya untuk nasabah Bank Jatim Syariah.<sup>63</sup>

d. Place

Dari segi penempatan kantor sendiri Bank Jatim Syariah sebenarnya memiliki tempat yang strategis. Hal ini dilihat dari keberadaan Bank Jatim Syariah yang ada hampir di setiap kabupaten di Jawa Timur. Namun demikian karena kantornya yang belum sebanyak Bank Jatim konvensional dianggap agak menyulitkan bagi nasabah.

Hal ini akan sangat berdampak karena dalam permasalahan terkait transaksi hanya bisa diselesaikan pada kantor cabang yang bersangkutan. Seperti misalnya apabila ada nasabah yang ATM atau *e banking*nya terblokir maka akan menyulitkan apabila nasabah tersebut harus menuju ke kantor cabang tempat nasabah tersebut membuat ATM. Sehingga dalam bauran pemasaran *place* ini dinilai belum maksimal.<sup>64</sup>

## B. Analisis Data

### 1. Penerapan Strategi pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna dalam Bank Jatim Syariah.

Bank Jatim Syariah menerapkan 4P dalam strateginya. Pada dasarnya dalam pemasaran produk pembiayaan Multiguna ini juga menggunakan metode bauran 4P. Namun ada beberapa strategi yang

---

<sup>63</sup> Olahan hasil wawancara dan observasi pada 23 Juli 2019

<sup>64</sup> Ibid

diterapkan pada produk lain namun tidak diterapkan pada produk pembiayaan Multiguna.<sup>65</sup>

Strategi 4P dinilai kurang memberikan dampak yang signifikan dalam menambah jumlah nasabah pada Bank Jatim Syariah KC Basuki Rahmat Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari paparan data sebagai berikut:<sup>66</sup>

**Table 5.4**  
**Jumlah nasabah pembiayaan produk Multiguna Syariah tahun 2017**

Bulan	Jumlah Nasabah	
Januari	136	154
Februari	133	154
Maret	140	153
April	145	153
Mei	146	152
Juni	151	153
Juli	154	153
Agustus	160	156
September	164	154
Oktober	165	155
November	154	155
Desember	153	153

*Sumber: wawancara dengan penyelia Akuntansi di Bank Jatim Syariah*

Dari data diatas dapat kita lihat bahwasannya kenaikan jumlah nasabah pada setiap bulannya tidak begitu signifikan. Bahkan terjadi pengurangan jumlah nasabah pada akhir tahun bulan pada tahun 2018. Jumlah nasabah pada tahun 2017 jauh lebih baik perkembangannya daripada tahun 2018. Hal ini membuktikan bahwa penerapan strategi yang dilakukan Bank Jatim Syariah tidak begitu efektif dalam mempertahankan nasabah. Bahkan nasabah cenderung berkurang tiap bulannya pada tahun 2018. Beberapa penerapan

<sup>65</sup> Wawancara dengan staf marketing pembiayaan pada 20 februari 2019

<sup>66</sup> Wawancara jumlah nasabah produk pembiayaan Multiguna pada tanggal 11 Juli 2019



strategi yang digunakan dalam Bank Jatim Syariah KC Surabaya adalah sebagai berikut:<sup>67</sup>

a. *Product*

Pada pemasaran produk pembiayaan Multiguna Syariah di Bank Jatim Syariah KC Basuki Rahmat Surabaya. Bank Jatim Syariah menggunakan penerapan aspek *product* ini untuk menganalisa manfaat dari produk ini. Hal ini untuk menentukan apakah produk ini layak dan dapat dirasakan manfaatnya oleh nasabah.

Pada penerapan bauran *product* ini Bank Jatim Syariah melihat bahwa masyarakat khususnya nasabah memerlukan pembiayaan dengan minim anggunan. Hal ini karena banyak dari masyarakat yang belum memiliki atau bahkan tidak memiliki anggunan yang memadai untuk mengajukan pembiayaan sehingga kesulitan dalam memenuhi kebutuhan tambahan atau mendesak. Masyarakat menginginkan produk yang bisa mereka gunakan untuk kebutuhan mereka dengan proses cepat dan anggunan yang minim.

Berkaca pada hal ini Bank Jatim Syariah mencoba mengeluarkan Produk Pembiayaan Multiguna Syariah sebagai solusi dari permasalahan di atas. Dengan hanya menggunakan SK sebagai jaminan dalam pembiayaan. Hal ini dinilai memudahkan nasabah, karena tidak membebani nasabah dengan anggunan yang berat.

Selain itu dalam produk ini nasabah di lindungi dengan asuransi, dimana jika terjadi hal yang tidak diinginkan seperti nasabah yang

---

<sup>67</sup> Oalahan dan hasil wawancara pada Bank Jatim Syariah Surabaya

mengajukan pembiayaan ini meninggal maka pembiayaan ini akan di cover langsung oleh asuransi dengan menyerahkan dokumen keterangan yang mendukung. Asuransi ini telah *include* dalam harga tambahan yang ditetapkan oleh bank. Sehingga beban pembiayaan ini tidak diturunkan pada ahli waris.<sup>68</sup>

Kemudian maksimal dana pembiayaan ini akan cair yaitu selama dua minggu. Hal ini karena Bank Jatim Syariah tetap harus melakukan survey mengenai calon nasabah pembiayaan mereka. Dalam kasus ini Bank Jatim Syariah akan mensurvei pimpinan instansi dan bendahara instansi dari riwayat nasabah yang bersangkutan. Apabila nasabah mendapat predikat baik dari survey yang diberikan oleh pimpinan instansi dan bendahara instansi maka kemungkinan besar nasabah ini akan di setuju oleh Bank Jatim Syariah.<sup>69</sup>

Selain hal tersebut diatas pada pembiayaan ini, Bank Jatim Syariah akan menawarkan kerjasama berupa pembukaan *payroll* gaji pada pimpinan instansi tersebut. Sehingga gaji karyawan akan langsung melalui Bank Jatim Syariah. Hal ini akan semakin memudahkan nasabah, melihat dengan gaji yang melalui Bank Jatim Syariah ini maka nasabah akan lebih mudah dalam mengakses penggunaan gaji mereka karena bias langsung

---

<sup>68</sup> Olahan hasil wawancara dan observasi pada Bank Jatim Syariah Surabaya pada 18 Februari 2019

<sup>69</sup> Hasil wawancara dengan penyelia pembiayaan pada Bank Jatim Syariah Surabaya pada 24 Jul 2019

diakses melalui m-banking Bank Jatim maupun melalui ATM milik Bank Jatim di manapun mereka berada.

Pembiayaan ini dapat digunakan untuk pembiayaan apapun. Seperti untuk biaya rumah sakit yang mendesak maupun untuk biaya pendidikan dan dapat digunakan untuk pembiayaan lainnya sesuai kebutuhan nasabah.<sup>70</sup>

Akan tetapi dari segala keunggulan pembiayaan ini ada satu hal yang perlu diperhatikan yaitu pembiayaan ini tidak dipasarkan untuk umum. Pembiayaan ini hanya diperuntukkan pada instansi ataupun perusahaan yang bekerjasama dengan Bank Jatim.<sup>71</sup>

Pada pembiayaan ini apabila Bank Jatim Syariah dan instansi tersebut bekerjasama selama 5 tahun saja. Artinya apabila ada karyawan instansi tersebut ingin melakukan pembiayaan pada tahun pertama pembiayaan tersebut dibuka maka batas jatuh tempo yang ia dapatkan yaitu *full* selama 5 tahun. Akan tetapi apabila nasabah tersebut melakukan pembiayaan pada tahun kedua dan seterusnya. Maka batas waktu jatuh tempo nasabah tersebut adalah waktu yang tersisa dari kerjasama tersebut.<sup>72</sup>

Dalam bauran pemasaran *product* dalam teori yang dikemukakan Kotler Pada bauran pemasaran ini lebih difokuskan pada penentuan fitur yang ditawarkan untuk barang jasa. Pada bauran ini pengembangan produk juga dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya yang

---

<sup>70</sup> Ibid pada 24 Juli 2019

<sup>71</sup> Olahan hasil wawancara dan observasi pada Bank Jatim Syariah Surabaya pada 18 Februari

<sup>72</sup> Ibid pada 18 Februari 2019.

didapat dari riset pasar. Hal ini sesuai dengan penerapan produk pembiayaan Multiguna ini dimana Bank Jatim Syariah mencoba menjawab kebutuhan dan keinginan pasar.

Sementara itu dari segi pemasaran syariah produk ini telah sesuai dimana dalam pemasarannya tidak ada kebohongan yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah dalam penawarannya kepada nasabah. Selain itu segala kesepakatan dilakukan berdasarkan akad sehingga Bank Jatim Syariah tidak mengambil keuntungan yang dapat merugikan nasabah.

b. *Price*

Dalam pembiayaan ini Bank Jatim Syariah menentukan *margin* pada setiap pengadaan barang yang diinginkan nasabah berdasarkan pada hasil *mudarabah* pada tabungan dengan akad *mudharabah*. Selain kebijakan Bank, bagi hasil *mudharabah* sangat menentukan besar kecilnya *Margin* yang ditetapkan oleh Bank Jatim Syariah.

Semakin besar bagi hasil yang didapatkan dari akad *Mudharabah* semakin kecil *margin* yang ditentukan sehingga semakin mempermudah nasabah dalam pelunasan. Pada pembiayaan ini Bank Jatim Syariah akan menyebutkan harga pokok barang yang diinginkan nasabah beserta biaya yang diperlukan dalam pengadaan barang tersebut.

Selain itu Bank Jatim Syariah yang merupakan Unit Usaha dari Bank Jatim Konven, mampu memberikan pembiayaan yang cukup besar hingga mencapai maksimal 60% dari total gaji karyawan pada instansi swasta. Hal ini dapat dinilai positif dimana Bank Jatim Syariah menawarkan produk

yang mampu memberikan pembiayaan hingga lebih dari 50% hanya dengan anggungan SK dan margin yang kompetitif.

Hal lain yang membuat Bank Jatim Syariah semakin merasa percaya diri pada produk ini karena produk ini memberikan margin yang kompetitif dari Bank Syariah lain. Hal ini sangat mungkin melihat Bank Jatim konven sebagai induk dari Bank Jatim Syariah yang mendapat amanah dalam mengelola gaji milik pegawai negeri di Jawa Timur tentu memiliki dana yang besar untuk dikelola sehingga sangat mungkin apabila Bank Jatim Syariah mendapat bantuan dana dari pengelolaan dana Bank Jatim Konven ini. Sehingga margin yang ditentukan lebih murah dari Bank Jatim Syariah lain..<sup>73</sup>

Untuk sistematika pembiayaan ini sendiri adalah Apabila pemimpin perusahaan setuju dengan pembiayaan ini maka akan diatur jadwal pengenalan mengenai produk ini pada karyawan instansi tersebut. Apabila nasabah ingin mengajukan pembiayaan ini maka nasabah dapat melakukan mengisi data pada formulir pengajuan pembiayaan yang telah disediakan. Kemudian Bank Jatim Syariah akan mulai melakukan riset mengenai riwayat dari nasabah yang bersangkutan. Riset ini dilakukan melalui menanyai pimpinan instansi dan bendahara instansi secara langsung. Kemudian Bank Jatim Syariah akan melakukan pengecekan mengenai kredit nasabah tersebut. Selanjutnya pihak Bank Jatim Syariah akan melakukan analisis seperti kesanggupan membayar dan sebagainya untuk

---

<sup>73</sup> Olahan hasil wawawancara pada Bank Jatim Syariah pada 4 juli 2019

kemudian bagian analisis pembiayaan akan mengeluarkan surat keputusan disetujui atau tidaknya pembiayaan tersebut. Apabila nasabah memiliki predikat baik maka pengajuan akan disetujui namun bila nasabah dinilai kurang cakap dalam pembiayaan ini maka pengajuan pembiayaan tersebut akan ditolak.<sup>74</sup>

Pada bauran pemasaran *price* yang dikemukakan Kotler bauran ini hanya berfokus pada penentuan harga untuk produk yang ingin dijual. Dalam bauran pemasaran ini semakin banyak permintaan maka harga di berikan akan semakin mahal, karena keterbatasan ketersediaan barang. Walaupun begitu Bank Jatim Syariah tidak serta merta menetapkan margin yang menjulang untuk meraup keuntungan. Dalam penentuan margin pada produk ini Bank Jatim Syariah memperhatikan biaya yang diperlukan dan keuntungan yang tidak berlebihan. Penentuan margin pada pembiayaan ini berdasarkan kebijakan intern bank dan dana dari hasil bagi hasil pada produk *mudharabah*.

Namun dalam bauran pemasaran islam kita dilarang menjual barang dengan harga yang terlalu murah sehingga mematikan penjualan produk pada pedagang lain. Selain itu islam juga melarang kita apabila kita memberikan harga yang berlebihan karena produk ini laris di pasaran. Dalam pemberian harga produk ini Bank Jatim Syariah mencoba menentukan harga dengan kompetitif dari Bank lain. Namun demikian harga margin yang ditentukan ini masih dalam batas wajar sehingga tidak

---

<sup>74</sup> Ibid pada 24 Juli 2019

sampai mematikan penjualan produk pada bank syariah lain. Penentuan harga yang murah ini sangat mungkin dilihat dari induk Bank Jatim Syariah yang mengolala gaji seluruh pegawai negeri di Jawa Timur, sehingga bukan tidak mungkin bagi Bank Jatim Syariah yang walaupun masih Unit Usaha Syariah (UUS) menawarkan margin yang kompetitif dengan Bank Syariah lain yang bahkan sudah merupakan Bank Usaha Syariah (BUS).

c. *Promotion*

Dalam promosi produk ini di pasarkan melalui *door to door* atau menghubungi pemimpin perusahaan tersebut secara langsung. Marketing Bank Jatim Syariah aktif melakukan kunjungan pada instansi instansi yang menurut analisa marketing sangat berpotensi dalam menjalin kerjasama. Dalam kunjungan ini, biasanya marketing akan memperkenalkan seluruh produk yang ada dalam Bank Jatim Syariah. Jadi pada Bank Jatim Syariah tim marketing pembiayaan dan pengumpulan dana saling bekrjasama dalam memasarkan produk mereka. Kemudian apabila ada instansi yang tertarik dalam pengadaan salah satu produk maka Bank Jatim Syariah baru akan mendatangkan penyelia dari produk tersebut untuk menjelaskan secara detail mengenai produk tersebut dan membuat perjanjian kerjasama.

Selain itu karena produk ini adalah produk yang hanya diperuntukkan nasabah yang telah menjalin kerjasama dengan Bank Jatim Syariah maka pengenalan produk ini tidak melalui brosur. Seringkali marketing produk pembiayaan Multiguguna ini memasarkan produk ini melalui akun media

social milik pribadi untuk mengenalkan produk ini kepada orang-orang terdekat mereka. Sehingga apabila orang terdekat mereka ini tertarik maka orang tersebut dapat meyakinkan pimpinannya untuk mengadakan kerjasama pengadaan pembiayaan ini.<sup>75</sup>

Selain *door to door marketing* pembiayaan akan menawarkan produk ini dengan mencari *contac* pimpinan atau sekretaris perusahaan untuk menjalin kerjasama atau mengatur waktu pertemuan. Untuk menjelaskan produk ini.<sup>76</sup>

Dalam segi bauran pemasaran *promotion* pada produk ini melalui kunjungan yang dilakukan Bank Jatim Syariah mencoba memberikan pengenalan produk pembiayaan ini dan pengaruh pada nasabah agar mau mengambil produk yang mereka tawarkan. Dalam segi promosi di sini Bank Jatim Syariah telah berhasil memberikan pengenalan dan pengaruh pada nasabah pada produk pembiayaan Multiguna syariah ini sebagaimana kita ketahui bersama bahwasannya banyak nasabah yang tertarik hanya dengan promosi melalui kunjungan tanpa adanya bantuan berupa brosur dan akun media sosial.

Dalam segi pemasaran syariah, promosi sendiri pada dasarnya adalah boleh karena tujuannya adalah untuk mengenalkan pada pelanggan. Namun ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Dalam pemasaran ini pemasar sebagai pelaku dari promosi ini memegang peranan penting sehingga

---

<sup>75</sup> Hasil wawancara dengan Bank Jatim Syariah pada 4 Juli 2019

<sup>76</sup> Olaha hasil wawancara dan observasi pada 18 Februari 2019



pemasar dalam tinjauan syariah bersandar pada pedoman etikanya pada nilai-nilai islami yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadist. Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan *sharia compliance* yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk harus diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi.

d. *Place*

Dari segi tempat Bank Jatim Syariah sebenarnya berada di tempat yang cukup strategis, Bank Jatim Syariah terdapat persis di depan gedung HSBC di jalan Basuki Rahmat Surabaya sehingga mudah di temukan. Namun karena letaknya yang tidak begitu jauh dari Bank Jatim konven yang memiliki plakat nama yang lebih besar. Tidak jarang nasabah salah menuju Bank Jatim konven ketika hendak menuju Bank Jatim Syariah.

Selain itu seperti yang kita ketahui bersama Bank Jatim terdapat hampir disetiap kabupaten dalam setiap kota kota di Jawa Timur, begitu pula dengan Bank Jatim Syariah yang terdapat hampir disetiap kabupaten dalam setiap kota meskipun tidak sebanyak Bank Jatim konven. Bank Jatim Syariah hampir selalu ada apabila di suatu tempat terdapat Bank Jatim konven. Hal ini sebenarnya menambah nilai plus dari tempat pemasarannya sendiri karena mudah dijangkau oleh masyarakat. Namun begitu keberadaan Bank Jatim Syariah ini sendiri terbatas sehingga dalam pemasarannya tidak dapat semaksimal Bank Jatim konven. Kantor Bank

Jatim Syariah tidak berada hampir diseluruh kabupaten seperti Bank Jatim Konven sehingga terkadang nasabah kesulitan menuju Bank Jatim Syariah karena letaknya yang jauh. Mengingat Bank Jatim Syariah sendiri adalah Unit Usaha Syariah dari Bank Jatim yang belum lama berdiri sehingga belum memiliki kantor cabang yang mencapai hingga pelosok daerah.

Dari segi pemasaran *place* menurut Kotler penempatan sebuah perusahaan hendaknya memperhatikan jalur distribusinya, sehingga barang dapat langsung dinikmati dengan pelanggan dengan mudah. Sebenarnya Bank Jatim Syariah yang letaknya hampir selalu berdekatan dengan Bank Jatim konven memiliki wilayah yang strategis namun begitu karena cabangnya yang tidak sebanyak Bank Jatim yang ada hingga pelosok, Bank Jatim Syariah belum membuka cabang hingga ke pelosok sehingga terkadang nasabah kesulitan dalam menuju Bank Jatim Syariah yang letaknya terlalu jauh.

Namun demikian dari segi bauran pemasaran *place* dalam islam Bank Jatim Syariah tidak melakuakn hal yang dilarang seperti memutus jalur distribusi Bank Syariah lain sehingga merugikan Bank Syariah lain. Hal ini berate dalam segi pemasaran dalam syariah Bank Jatim Syariah sudah menerapkannya dengan baik. Walaupun belum mampu membuka cabang hingga menjangkau kawasan pelosok negri.

Dalam pemasaran produk pembiayaan Multiguna Syariah ini Bank Jatim Syariah belum menerapkan bauran pemasaran 4P secara keseluruhan. Dari 4 Bauran pemasaran. Bank Jatim Syariah hanya

menerapkan 3 bauran dari total bauran 4P. Pada pembiayaan ini 3P yang digunakan Bank Jatim Syariah adalah *product*, *price* dan *promotion*.<sup>77</sup> Hal ini dilihat dari penenrapan *product*, *price* dan *promotion* yang telah sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler. Namun dari segi pemasaran syariah, Bank Jatim Syariah mampu menerapkan seluruh bauran pemasarannya dengan baik.

## **2. Analisis Strategi pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna dalam Bank Jatim Syariah.**

Dari pembahasan diatas metode *marketing* yang diterapkan Bank Jatim Syariah menerapkan 3 bauran pemasaran sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler, namun dapat menerapkan 4 bauran pemasaran sesuai syariah secara baik. Berikut analisis strategi pemasaran Bank Jatim Syariah pada produk pembiayaan Multiguna Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah.

### **a. Product**

Produk ini memiliki manfaat yang sangat besar. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler dalam bauran *product* ini sebuah perusahaan atau dalam kasus ini Bank Jatim Syariah yang memiliki produk jasa harus memperhatikan produk tersebut sehingga memiliki manfaat yang dapat dirasakan oleh nasabah<sup>78</sup>. Hal ini karena produk yang ditawarkan oleh Bank Jatim Syariah Surabaya adalah produk

---

<sup>77</sup> Ibid pada 18 Februari 2019

<sup>78</sup> Muhammad Nur Riyanto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta 2012), 22

jasa maka produk ini bersifat abstrak dan hanya dapat dirasakan manfaatnya. Manfaat dalam produk ini sangat baik bagi para nasabah. Dari sinilah sebenarnya penerapan bauran pemasaran *product* pada pembiayaan ini sudah diaplikasikan dengan baik, mengingat manfaat besar yang dapat dirasakan oleh nasabah yang menggunakan produk ini.

Dalam pemasarannya produk ini membawa beberapa keunggulan baik dari sisi pengajuan pinjaman hingga membawa kemudahan bagi instansi itu sendiri. Pada produk ini dana cair kurang lebih dalam dua minggu. Namun demikian cair tidaknya dana pinjaman ini selain dari riwayat nasabah itu sendiri juga dengan rekomendasi dari pimpinan dan bendahara dari instansi tersebut. Sehingga nasabah seringkali meminta tolong ada pimpinan bendaharan dan anasab mereka untuk membantu disetujuinya pengajuan produk ini.

Kemudian marketing dari produk ini juga akan menawarkan pembukaan *payroll* gaji bagi pegawai instansi tersebut. Sehingga instansi tersebut akan lebih mudah dalam menyalurkan gaji bagi para pegawainya. Selain itu karena pembukaan rekening *payroll* gaji ini dapat dibuatkan ATM hal ini akan semakin mempermudah nasabah dalam mengakses uang mereka karena dapat diambil melalui ATM Bank Jatim Syariah maupun konvensional tanpa biaya admin. Selain itu nasabah juga dapat memanfaatkan e banking sehingga menambah nilai plus dalam produk ini.

Dalam segi bauran pemasarn sayariah produk ini telah menerpkan bauran pemasaran dengan baik.Salah satunya adalah dengan tidak melakukan kebohongan pada saat pengenalan produk ini pada masyarakat.Selain itu Bank Jatim Syariah tidak melakukan penjualan secara *najasy* dimana Bank Jatim Syariah membayar seseorang untuk memberikan komentar positif pada produk mereka.Dalam peamasaran produk ini Bank Syariah memberikan info yang jujur dan langsung memberikan bukti sehingga nasabah langsung dapat membuktikannya sendiri.

b. *Price*

Pada sisi harga Bank Jatim Syariah tidak memberikan harga khusus.Namun Bank Jatim Syariah sebagai unit usaha dari Bank Jatim konven dapat memberikan pinjaman dana yang terhitung besar. Hal ini seperti disebutkan diatas Bank Jatim Syariah sebagai unit syariah dari Bank Jatim konven tentu mendapat bantuan dari Bank Jatim konven dari segi pengelolaan dana. Sehingga Bank Jatim Syariah mampu meberikan margin yang kompetitif.

Selaindana diatas dan kebijakan intern bank,Bank Jatim Syariah menetapkan Margin berdasarkan banyaknya bagi hasil yang dialokasikan untuk produk-produk pembiayaan.Sehingga semakin banyak bagi hasil yang diberikan maka semakin kecil margin yang ditetapkan oleh Bank Jatim Syariah. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler dimana perusahaan dalam hal ini Bank Jatim Syariah harus

memperhatikan dengan betul bagaimana mangsa pasar, sehingga dalam menentukan harga, faktor dari mangsa pasar perlu diperhatikan.<sup>79</sup>

Bank Jatim Syariah juga memberikan asuransi pada produk ini sehingga nasabah merasa lebih aman karena apabila terjadi hal yang tidak diinginkan asuransi dapat meng-*cover* seluruh pembiayaan ini.

Pada produk ini segmen pasar Bank Jatim Syariah mengarah pada pegawai swasta yang memiliki SK. Hal ini membuat Bank Jatim Syariah mampu bersaing dengan Produk pembiayaan pada Bank Syariah lainnya. Hal ini dikarenakan anggungan yang mudah bagi nasabah. Terlebih apabila dalam penetapan margin Bank Jatim Syariah mampu memberikan Margin paling kecil. Maka tentu hal ini akan menjadi poin *plus* lain bagi Bank Jatim Syariah.

Dari segi pemasaran *price* syariah Bank Jatim Syariah telah menerapkan bauran pemasaran dengan baik. Dilihat dari penentuan harga yang tidak berlebihan sehingga tidak mematikan penjualan produk jasa pada Bank Syariah lain. Bank Jatim Syariah selalu berusaha menetapkan margin yang wajar. Diatas dikatakan bahwa dalam menentukan harga perusahaan tidak boleh memberikan harga yang bias mematikan penjualan pedagang lain. Artinya meskipun Bank Jatim Syariah mampu memberikan margin kompetitif dibandingkan dengan Bank Syariah namun margin yang ditetapkan tidak sampai mematikan penjualan produk pada Bank Syariah lain.

---

<sup>79</sup>ibid, 24

c. *Promotion*

Dari segi promosinya sendiri Bank Jatim Syariah masih mengandalkan promosi dengan kunjungan. Kunjungan ini mereka lakukan pada instansi yang menurut mereka memiliki peluang dalam pengadaan kerjasama. Pada kunjungan ini marketing Bank Jatim Syariah akan menjelaskan seluruh produk dari Bank Jatim Syariah untuk kemudian apabila nasabah tertaring mengadakan kerjasama dengan salah satu produk maka penyelia produk tersebut akan menemui pimpinan dari instansi tersebut untuk membuat perjanjian.

Selama ini Bank Jatim Syariah merasa percaya diri dengan produk Multiguna Syariah ini sehingga tidak menggunakan brosur maupun media elektronik dalam pemasarannya. Hal ini dikarenakan biasanya ketika mengadakan kunjungan Bank Jatim Syariah akan menunjukkan skema pembayaran pada pengajuan pembiayaan Multiguna ini. Sehingga nasabah sendiri yang akan menilai. Dari wawancara peneliti, staf marketing mengungkapkan bahwa selama ini nasabah yang ditunjukkan skema pembayaran ini oleh Bank Jatim Syariah akan langsung tertarik setelah mereka bandingkan dengan skema dari Bank lain. Sehingga Bank Jatim Syariah merasa tidak perlu menggunakan media pembantu seperti brosur. Terkadang pihak marketing Bank Jatim syariah akan memasarkan produk ini melalui akun media social pribadi mereka.

Pada bauran *promotion* Bank Jatim Syariah mampu memperkenalkan produk pembiayaan Multiguna Syariah ini dengan baik. Selain

memperkenalkan pengaruh yang diberikan Bank Jatim Syariah juga baik. Melihat tanpa bantuan brosur bahkan akun media sosial yang memadai produk ini dapat eksis dan menjadi kebanggaan pada Bank Jatim Syariah. Hal ini dibuktikan dengan, hanya dengan melakukan kunjungan Bank Jatim Syariah mampu mendatangkan nasabah.

Namun demikian perlu digaris besari bahwa dari data jumlah nasabah pada tahun 2017-2018 jumlah nasabah mengalami penurunan. Menurut analisis penulis meskipun Bank Jatim syariah mampu menerapkan 3 bauran pemasaran dengan baik namun dari segi promosi peneliti menilai bahwa pemasaran produk ini masih kurang.

Seharusnya produk ini dapat lebih banyak lagi mendapat respon dari masyarakat Jawa Timur. Hal ini karena pemasaran produk ini ditekankan hanya dengan pengenalan dan pengaruh pada saat kunjungan. Seharusnya walaupun produk ini bukan produk yang dipasarkan secara umum produk ini tetap memiliki akun media sosial maupun brosur atau website yang mendukung.

Sehingga dengan promosi yang gencar masyarakat mengetahui bahwa tidak hanya Bank Jatim Konven saja yang memiliki produk Multiguna. Bank Jatim Syariah juga memiliki produk Multiguna Syariah yang tidak jauh berbeda dari Bank Jatim Konven. Sehingga dengan lebih banyak masyarakat yang mengetahui produk ini bukan tidak mungkin jika produk ini dilirik oleh instansi besar sehingga berdampak baik bagi



penambahan jumlah nasabah Bank Jatim Syariah khususnya pada penambahan jumlah nasabah pada produk ini.

d. Place

Kemudian pada sektor penempatan kantor. Bank Jatim memiliki kantor dalam hampir seluruh kabupaten di setiap daerah Jawa Timur. Hal ini membuat jangkauan nasabah Bank Jatim menjadi luas. Hal ini juga berlaku pada Bank Jatim Syariah. Karena sebagai unit usaha Bank Jatim, apabila di suatu tempat terdapat Bank Jatim Konven maka biasanya ada pula kantor Bank Jatim Syariah di daerah tersebut. Walaupun jumlahnya tidak sebanyak Bank Jatim konven.

Hal ini membuat jaringan dana Bank Jatim semakin luas karena dapat menjangkau seluruh daerah. Sehingga berdampak baik bagi Bank Jatim Syariah. Secara tidak langsung dengan penempatan kantor yang hampir ada diseluruh wilayah Jawa Timur hal ini menambah *baranding* sendiri bagi Bank Syariah.

Dari segi pemasaran menurut teori Kotler penempatan kantor cabang yang ada hampir diseluruh kabupaten sudah sesuai artinya Bank Syariah telah menerapkan penempatan wilayah secara strategis. Namun karena belum menjangkau seluruh daerah pelosok terkadang nasabah merasa kesulitan karena untuk menuju kantor cabang dalam suatu daerah masyarakat harus menempuh jarak yang jauh.

Namun demikian dari segi pemasaran syariah Bank Jatim Syariah tidak mematikan jalur distribusi bank lain sehingga tidak menghambat

penjualan mereka. Hal ini berarti dalam segi pemasaran syariah Bank Jatim Syariah telah menerapkan 4 bauran pemasaran dengan baik.

Kemudian meskipun belum berhasil menerapkan strategi pemasaran menurut teori Kotler secara keseluruhan. Bank Jatim Syariah mampu menerapkan strategi pemasaran dalam segi pemasaran syariah secara keseluruhan dengan baik.

Dalam pemasaran ini peneliti melihat produk pembiayaan ini kurang diketahui oleh masyarakat karena dalam pemasarannya Bank Jatim Syariah banyak mengandalkan dari kunjungan pada instansi. Sehingga karena hal ini produk pembiayaan Multiguna Syariah ini stagnan pada angka 150-an bahkan pada bulan Desember mengalami penurunan menjadi 153 dari bulan November yang mencapai 155 nasabah. Meskipun tidak turun secara signifikan namun pembiayaan ini mengalami penurunan dari tahun sebelumnya pada tahun 2017 bulan Agustus mencapai 160-an nasabah.

Pada analisis produk ini dari segi bauran pemasaran *product* dan *price* Bank Jatim Syariah sudah menerapkannya secara baik namun pada segi *promotion* produk ini kurang dipasarkan oleh Bank Jatim Syariah hal ini melihat bahwasannya tim Marketing pada Bank Jatim Syariah merasa cukup memasarkan pembiayaan ini melalui kunjungan yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah. Karena kebanyakan nasabah akan langsung tertarik dengan produk ini meskipun tidak menggunakan alat bantu berupa brosur maupun pemasaran lewat media sosial. Meskipun dalam teori yang diungkapkan oleh Kotler pemasaran hanya berfokus pada pengenalan produk dan memberikan pengaruh pada nasabah untuk menggunakan produk ini namun

dalam focus pengenalan produk produk ini dinilai kurang. Namun dari segi pengaruh produk ini cukup memberikan pengaruh kepada nasabah sehingga tertarik untuk menggunakan produk ini.

Disisi lain bauran secara *place* dirasa kurang. Melihat dari setiap permasalahan nasabah hanya bias diselesaikan di cabang tempat pembuatan rekening. Hal ini akan berpengaruh pada nasabah yang berasal dari pelosok karena akan sangat menyulitkan jika harus mengurus segala sesuatu sementara letak Bank Jatim Syariah jauh dari tempat sang nasabah.

Namun meskipun begitu Bank Jatim Syariah tetap mampu memeberikan pembiayaan dengan syarat yang mudah walaupun dengan nasabah yang tidak bertambah. Bahkan cenderung stagnan dan turun. Melihat dari kondisi ini jika Bank Jatim Syariah memasarkan produk Multiguna ini dengan lebih getol lagi melalui media sosial bahkan menyediakan brosur bukan tidak mungkin kedepan Bank Jatim Syariah akan dilirik instansi swasta besar karena produk yang menjanjikan ini.