

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. PAPARAN DATA

1. PROFIL UMUM BANK SYARIAH MANDIRI JEMUR ANDAYANI SURABAYA

a. Latar Belakang dan Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani

Kehadiran Bank Syariah Mandiri di tengah-tengah masyarakat pada tahun 1999, merupakan sebuah hikmah sekaligus berkah ketika terjadinya krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1997-1998. Krisis ekonomi dan moneter yang terjadi sejak Juli 1997, dan kemudian di susul dengan adanya krisis multidimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi-sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha.¹

Pada kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis yang luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan restrukturisasi dan merkapitalisasi sebagian Bank-bank di Indonesia. Salah satu Bank Konvensional yaitu PT Bank Susilo Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar

¹www.syariahamandiri.co.id, di akses pada tanggal 26 Novemeber 2018.

dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa Bank lain serta mengundang investor asing.

Pada waktu yang sama, pemerintah melakukan penggabungan empat Bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu Bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Dengan adanya kebijakan penggabungan tersebut, juga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan penggabungan, Bank Mandiri melakukan konsidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang Bank Umum untuk melayani transaksi Syariah (*dual banking system*).²

Tim pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karena itu, tim pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah menjadi Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah

² Luthfi Bakhari, Wawancara, Surabaya, 26 November 2018.

dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No, 23 tanggal 8 september 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999,25 oktober 1999. Selanjutnya melalui surat keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil, dan tumbuh sebagai Bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di Perbankan Indonesia. BSM hadir untuk membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.³

Kemudian PT Bank Syariah Mandiri ini mulai membuka cabang-cabangnya karena atas dasar kebutuhan dan persebaran kantor PT Bank Syariah Mandiri di seluruh Indonesia. Dan salah satu cabangnya terletak di Jalan Raya Jemur Andayani Wonocolo Surabaya yang menjadi tempat penelitian kami guna menyelesaikan tugas akhir.

³www.syariahamandiri.co.id ..., 26 Novemeber 2018.

b. Prinsip Kerja

Ada beberapa nilai-nilai perusahaan yang disepakati bersama untuk dilakukan oleh seluruh pegawai Bank Syariah yang disebut dengan *shared values* atau prinsip-prinsip Bank Syariah. Prinsip kerja Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya menggunakan ETHIC (*Excellence, Teamwork, Humanity, Integrity, Customer Focus*), yaitu:

Excellence

Mencapai hasil yang mendekati sempurna (*perfect result-orientes*).

Teamwork

Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.

Humanity

Mengembangkan kepedulian terhadap kemanusiaan dan lingkungan.

Integrity

Berperilaku terpuji, bermartabat, dan menjaga etika profesi.

Customer Focus

Mengembangkan kesadaran tentang pentingnya nasabah dan berupaya melampaui harapan nasabah (internal dan eksternal).⁴

c. Profil Perusahaan

Nama : PT Bank Syariah Mandiri
Kantor : Kec. Wonocolo Surabaya, Jawa timur
Telephone : (031) 8411230, 8411250
Web : www.syariahmandiri.co.id
Mulai berdiri : 1999

d. Visi Misi

Visi

- Artinya menjadi Bank Syariah dengan system layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

Misi

- Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

⁴Luthfi Bakhari..., 26 Novemeber 2018.

- Mengutamakan menghimpun dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.⁵

e. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Kantor Cabang Bank Syari'ah Mandiri Jemursari Andayani Surabaya.

Tabel 4.1
Struktur Organisasi

No	Nama	Jabatan
1	Lutfhi Bakari	Area Manager
	Anisa Mutmainna	Retail Banking Manager
	Nurhadi Kustiabudi	Operasional Manager
	Micro	
	Nuswan Aswindo	Area Micro Manager
	Akhmad Fauzi	Micro Manager
	Mega	APM (Administrasi Pembiayaan Micro)
	Nur Rokhim Khoiri	MFS (Micro Financing Sales)
	Masduki	
	Samsul Arifin	Mitra Micro
	Pawning (Gadai)	
	Yulia Widowati	Pawning Manager

⁵ Data Dokumentasi Di Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani pada tanggal 26 November 2016, pukul 13.52 PM.

	Yanuar Bimantara	Pawning Banking
	Venty Allya	Pawning Staff
	Afi Edi N	
	Risk (Resiko)	
	Tony	Risk Banking Manager
	Ari Evan S	Risk Retail Officer
	Yuka Wilaga	
	Herdanu	Vervicator Staff
	Ulum	
	Puput	
	Consumer	
	Sulaiman	Consumer Financing Manager
	Achmad Alim	Consumer Alliance RM
	Andrianto	Consumer Banking Relationship Manager
	Dwi Septika	
	Lidya Devyanti	
	Hikmah Rizka	
	Zainal	
	Dyah Anggraeni	PBO (Priority Banking Officer)
	Business	
	Rizky Ilham	Business Banking Relationship Manager
	Maryam	
	Isnaini	
	Rakhmi Ayu	Business Banking Staff
2	Area Operational	
	Nurhadi Kusetiadi	Operation Manager
	Anis Triayu Vinisia	Head Teller
	Meydian A. W	Anggota
	Ayu Paramita	
	Any Mas'ulah	

Oryza Dewi	
Diena Mawarda	
Niken	
Febriardi	Back Office
Randy Nugroho	
Herlingga Sari	SDI (Sumber Daya Insani)
Suyadi	Office Boy
Siswahyudi	
Agus	
Andi Candra	Driver
Priyantono	
Ahmad Jumasari	
Rizky Amrullah	
Budi	
Deny	
Randi Nugroho	Umum
Nur Aziah	Costumer Service Officer
Puspita Ayu P	Costumer Service
Nikmatul Uyun	
Agus Suprianto	Security Manager
Sriyanto	Anggota
Irwan	
Yuli	
Ilham	
Samsul	
Rofiq	
Fauzan ⁶	

⁶ Data Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Jemur Handayani pada tanggal 26 Novemeber 2018, pukul 10.26 AM.

f. Produk-produk Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani

1) *Funding*

a) PBG (*Priority Banking Group*)

PBG (*Priority Banking Group*) adalah orang-orang tertentu yang diprioritaskan untuk mendapatkan layanan personal dengan fasilitas yang mengutamakan kenyamanan dalam keseimbangan baik dalam layanan finansial maupun layanan non finansial. Akad untuk produk ini menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah prioritas tersebut. Syarat untuk menjadi nasabah PBG adalah menyimpan saldo/menabung minimal Rp 250 juta dalam jangka waktu 1 tahun. Manfaat yang didapatkan dari produk ini adalah:

(1) Bagi nasabah PBG :

Mendapatkan fasilitas perencanaan keuangan, konsultasi zakat, wakaf hingga pembagian harta waris.

(2) Bagi BSM :

Mendapatkan dana *funding* yang dapat disalurkan ke masyarakat dan para pengusaha.

Terjalannya hubungan baik antara nasabah dan BSM sehingga antara BSM dan nasabah terjalin rasa kepercayaan, ini juga merupakan strategi BSM dalam mempertahankan dana funding supaya nasabah tetap satu hati dengan BSM.

b) Giro

Giro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*. Setoran awal minimum Rp 500 ribu (perorangan) dan Rp 1 juta (Non-perorangan). Saldo minimum Rp 500 ribu (perorangan) dan Rp 1 juta (non-perorangan). Biaya administrasi bulanan: Perorangan: Rp 15.000,00 (tanpa ATM) dan Rp 17.000,00 (dengan ATM) dan Perusahaan: Rp 25.000,00. Biaya tutup rekening: pelanggaran Rp 50.000,00 dan permintaan sendiri Rp 20.000,00 Biaya buku cek/giro: Rp 100 ribu.

Syarat-syarat memiliki rekening giro adalah: Perorangan: KTP/SIM/Paspor nasabah. Perusahaan: KTP/SIM/Paspor Pengurus atau pejabat yang berwenang, Akte pendirian dan akte perubahan, Perusahaan berikut pengesahan perusahaan, Anggaran dasar perusahaan, SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan) /ijin usaha dari instansi yang berwenang, NPWP, SK, Domisili.

c) Deposito

Deposito adalah tabungan berjangka dengan waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan. Jangka waktu yang fleksibel: 1, 3, 6 dan 12

bulan. Dana ini dicairkan pada saat jatuh tempo, setoran awal minimum Rp 2 juta, biaya materai Rp 6.000,00, biaya penarikan Rp 30.000,00.

Syarat-syaratnya: Perorangan: KTP/SIM/Paspor nasabah, Perusahaan: KTP/SIM/Paspor Pengurus atau pejabat yang berwenang, Akte Pendirian dan Akte perubahan perusahaan berikut pengesahan perusahaan, Anggaran Dasar Perusahaan, SIUP, TDP/Ijin usaha dan instansi yang berwenang, NPWP, SK, Domisili.

d) Tabungan

Produk tabungan ini menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah dengan bagi hasil yang kompetitif. Tabungan ini menggunakan mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter Bank Syariah Mandiri atau melalui ATM. Bank Syariah Mandiri juga memiliki fasilitas Card yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit, kartu potongan harga di merchant yang telah bekerja sama dengan Bank Syariah Mandiri.

Syarat-syaratnya: perorangan: KTP/SIM/Paspor nasabah, perusahaan: KTP/SIM/Paspor Pengurus atau pejabat yang berwenang, Akte Pendirian dan Akte perubahan perusahaan berikut pengesahan perusahaan, Anggaran Dasar Perusahaan, SIUP, TDP/Ijin usaha dan instansi yang berwenang, NPWP,

SK, Domisili. Kemudian ada beberapa produk yang ada di dalam produk tabungan BSM ini, yaitu:

Tabel 4.2
Produk Tabungan⁷

No	Produk-Produk	Target Pasar
1	Tabuanganku	Tabungan ini diperuntukkan untuk semua kalangan terutama kalangan menengah kebawah dengan akad wadiah yang pembukaan awalnya Rp 20.000,00 tanpa menggunakan ATM.
2	Simpatik	Tabungan ini diperuntukkan untuk semua kalangan terutama kalangan menengah kebawah dengan akad wadiah yang pembukaan awalnya Rp 30.000,00.
3	Tacana (Tabungan Berencana)	Seluruh komponen masyarakat yang memiliki keinginan masa depan yang cerah. Tabungan ini diperuntukkan bagi orang yang memiliki rencana dan ingin untuk mewujudkan.

1) Lending

a) BBG (*Business Banking Grup*)

Suatu Produk jasa BSM yang khusus melayani pembiayaan dalam jumlah besar, adapun produk BBG adalah:

(1) *Corporate*

Corporate dalam nama produk Bank Syariah adalah Musyarakah. Musyarakah adalah pembiayaan khusus untuk modal kerja, di mana dana dari Bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai

⁷www.syariahamandiri.co.id di akses pada 26 November 2018.

dengan nisbah yang disepakati. Pada produk *Corporate* ini, mekanisme pengembalian pembiayaan yang fleksibel (bulanan atau sekaligus di akhir periode), bagi hasil berdasarkan perhitungan revenue sharing, pembiayaan bisa berupa rupiah atau US Dollar. Syarat-syarat untuk menggunakan produk ini adalah:

Tabel 4.3
Syarat Produk *Corporate*⁸

Perorangan	Badan Usaha
Identitas diri dan pasangan	Copy rekening bank 3 bulan terakhir
Kartu keluarga dan surat nikah	Akte pendirian usaha
Copy rekening bank 3 bulan terakhir	Identitas pengurus
Legalitas usaha	Legalitas usaha
Laporan keuangan 2 tahun terakhir	Laporan keuangan 2 tahun terakhir
Past performance 2 tahun terakhir	Past performance 2 tahun terakhir
Rencana usaha 12 bulan yang akan datang	Rencana usaha 12 bulan yang akan datang
Data objek pembiayaan	Data objek pembiayaan

(2) *Commercial*

Commercial memiliki arti pembiayaan Modal Kerja, yaitu Fasilitas pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada pelaku usaha, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta

⁸www.syariahamandiri.co.id di akses pada 26 November 2018.

asing untuk membiayai kebutuhan modal kerja dalam siklus waktu tertentu maksimal 1 tahun. pada produk ini, menggunakan akad murabahah dengan limit pembiayaan disesuaikan dengan kebutuhan, pembiayaan bisa hanya menggunakan mata uang rupiah dan US Dolar, menggunakan prinsip bagi hasil dengan berdasarkan pada revenue sharing, pembiayaan dapat bersifat *revolving* dan *non revolving*, pengembalian pembiayaan yang fleksibel sesuai dengan realisasi usaha, jangka waktu maksimal 1 tahun dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan.

(3) *Consumer Banking*

Consumer Banking ini menggunakan akad murobahah, murobahah bil wakalah, ijarah. Pemberian fasilitas pada produk pembiayaan consumer ini dengan pola *channeling* kepada sejumlah karyawan dengan rekomendasi perusahaan. Limit pembiayaan sebesar Rp 5 juta dan maksimum sebesar Rp 250 juta per calon nasabah. Sedangkan limit pembiayaan *consumer* tanpa agunan per nasabah adalah maksimal Rp

50 juta. Khusus bagi Pegawai Negeri Sipil/BUMN/TNI/POLRI limit pembiayaannya tanpa agunan per nasabah adalah maksimal Rp 100 juta.

Tabel 4.4
Produk *Consumer Banking*⁹

No	Nama Produk	Target Market
1	Pensiunan	Para nasabah pensiun yang gajinya masuk ke PT. Taspen.
2	Implan	Seluruh Instansi yang ada di Surabaya yang sudah bekerjasama dengan PT. Bank Syariah Mandiri dan gajinya sudah masuk ke BSM (payroll).
3	Griya	Seluruh masyarakat kalangan menengah ke atas yang ingin memiliki rumah, baik rumah second ataupun baru, griya sering disebut dengan pembiayaan kepemilikan rumah.
4	Oto	Merupakan produk baru consumer <i>banking</i> BSM yang bertujuan untuk memberikan fasilitas kepada seluruh masyarakat untuk memiliki kendaraan pribadi (mobil baru) dengan margin yang relative rendah.

Ada beberapa variasi jangka waktu pembiayaan implan ini: untuk pembelian keperluan konsumen dengan limit pembiayaan hingga Rp 50 juta (tanpa agunan), jangka waktu pembiayaan maksimal 3 tahun. Khusus untuk Pegawai Negeri Sipil/BUMN/TNI/POLRI dengan limit pembiayaan hingga Rp 100 juta (tanpa agunan), jangka waktu pembiayaan maksimal 5 tahun. Untuk pembelian keperluan consumer dengan agunan (selain untuk pembelian rumah/mobil) dengan limit di atas Rp 50 juta s.d Rp 100 juta, jangka waktu pembiayaan maksimal 5 tahun. Kemudian untuk pembelian kendaraan mobil pribadi dengan limit di atas Rp 50 juta hingga Rp 200 juta, jangka waktu pembiayaan

⁹www.syariahmandiri.co.id diakses pada 26 November 2018.

maksimal 5 tahun dan usia kendaraan pada saat jatuh tempo pembiayaan maksimal 10 tahun. Dan untuk pembelian tanah bangunan rumah di atasnya dengan limit di atas Rp 50 juta s.d Rp 250 juta mengacu pada ketentuan pembiayaan Griya BSM.

b) *Micro Banking Group* (MBG)

Produk mikro banking grup ini menggunakan akad murobahah, ijarah, murobahah bil wakalah. Dan mikro banking grup ini mempunyai beberapa produk diantaranya :

Tabel 4.5

*Produk Micro Banking Group*¹⁰

No	Nama Produk	Target Market
1	Madya	Seluruh komponen masyarakat menengah keatas dengan berbagai macam kebutuhan baik konsumtif maupun multiguna. Batas minimal pembiayaan madya dimulai dari Rp 15 juta, sedangkan batas maksimalnya adalah Rp 50 juta.
2	Utama	Seluruh komponen masyarakat menengah keatas dengan berbagai macam kebutuhan baik konsumtif maupun multiguna. Batas minimal pembiayaan utama dimulai dari Rp 51 juta, sedangkan batas maksimalnya adalah Rp 200 juta.
3	Umroh	Seluruh komponen menengah keatas masyarakat muslim yang bertujuan untuk beribadah umroh dan belum memiliki biaya untuk melaksanakan ibadah tersebut.
4	Aliansi	Seluruh masyarakat yang ada di Surabaya yang ingin melakukan pembelian rumah atau baru dan perbaikan rumah nasabah dengan plafon Rp 200 juta.

Syarat dan ketentuan produk diatas adalah: Fc. KTP Suami dan Istri, FC.KSK, FC.NPWP, FC.Surat Nikah, FC.SK (untuk Pegawai), FC. SKU (Surat keterangan Usaha, bagi wirausaha),

¹⁰www.syariahmandiri.co.id di akses pada 26 November 2018.

FC. Rekening Koran 3 bulan terakhir, FC.Jaminan (BPKB mobil, SHM atau SHGB), foto 4x6 suami dan istri masing-masing satu lembar.

c) Gadai/PWG (*Powning Group*)

Gadai emas adalah produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternative memperoleh uang tunai dengan cepat. Produk gadai emas ini diperuntukkan oleh perorangan dan jaminannya berupa logam mulia dan perhiasan.

Tabel 4.6
Produk PWG¹¹

No	Nama	Target Market
1	Gadai Emas	Seluruh komponen masyarakat yang mempunyai emas.
2	Cicil Emas	Seluruh komponen masyarakat yang ingin berinvestasi emas.

Syarat yang harus dilengkapi untuk menjadi salah satu nasabah Bank Syariah Mandiri dalam produk gadai emas ini: memiliki kartu identitas nasabah, ketentuan pembiayaan mula dari Rp 500 ribu, jaminannya berupa emas perhiasan atau lantakan (batangan), jangka waktu empat (4) bulan dan dapat diperpanjang atau dapat digadai ulang (setelah dilakukan penaksiran dan melunasi biaya gadai) maksimal 2 kali gadai ulang. Berdasarkan prinsip syariah, produk gadai emas yang menggunakan akad qardh dalam rangka rahn dan akad ijarah, biaya administratsi dan asuransi

¹¹www.syariahmandiri.co.id di akses pada 26 November 2018.

barang jaminannya dibayar pada saat pelunasan. Biaya administrasi (dipungut didepan) dan biaya pemeliharaan (dipungut di akhir atau di awal periode).¹²

2. Implementasi Syariah Marketing Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya

Pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan, karena tanpa kegiatan pemasaran maka perusahaan tidak dapat melaksanakan kegiatan bisnisnya dengan sempurna. Tak terkecuali dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya sebagai lembaga keuangan syariah yang mempunyai visi dan misi dengan system layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah tetapi juga melaksanakan kegiatan pemasaran sesuai dengan prinsip syariah yang kita kenal dengan sebutan Syariah Marketing.

Implementasi Syariah Marketing pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya berjalan dengan baik. Dapat dilihat secara langsung pada saat petugas Customer Service (CS) dan Marketer dengan sedemikian rupa menjelaskan produk dan jasanya kepada calon nasabah mengenai akad produk lengkap dengan benefit serta biaya dari produk dan jasa tersebut hingga mencapai kesepakatan untuk selanjutnya melakukan akad kedua belah pihak (bank dan nasabah). Ini menunjukkan bahwa usaha Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur

¹² Brosur Bank Syariah Mandiri, di ambil pada tanggal 26 November 2018.

Andayani Surabaya dalam mempertahankan komitmen awal kepada stakeholders bukan hanya sekadar teori belaka.

Dalam hal pemasaran, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya lebih menekankan pada produk dan layanan prima yang diberikan kepada para nasabahnya. Banyak hal yang telah diupayakan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya dalam meningkatkan penjualan produk melalui kegiatan pemasaran tersebut.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya menerapkan sistem fair play baik dalam memberikan pelayanan serta nisbah bagi hasil yang sesuai dengan pendapatan riil kepada nasabah, maupun dalam menghimpun nasabah dengan para pesaing dengan persaingan kompetitif dan sportif.

Di samping itu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya memiliki strategi pemasaran tersendiri, antara lain sebagai berikut:

- Memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan calon nasabah.
- Mempunyai banyak produk yang dapat dipilih oleh nasabah sesuai dengan kebutuhan.
- Melakukan pemetaan pasar sesuai pangsa pasar yang ada.

- Dengan berbekal prinsip-prinsip muamalah dan syariah bank syariah mandiri kantor cabang jemur andayani surabaya mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan baik. Bertumpu pada pemasaran yang berdasarkan pada produk dan layanan terbaik merupakan salah satu strategi jitu dalam menghimpun dana serta menyalurkan dana kepada nasabah sesuai target yang telah ditetapkan manajemen bank syariah mandiri kantor cabang jemur andayani surabaya.
- Dimana setiap hari ketika hendak memulai aktifitasnya didahului dengan membaca doa pagi secara berjamaah.
- Belum lagi setiap satu bulan sekali atau peringatan hari-hari tertentu dalam islam, mereka juga mengadakan pengajian rutin dengan mendatangkan ustadz ataupun tokoh-tokoh agama dari luar yang diisi dengan materi-materi keagamaan yang berkaitan dengan persoalan agama islam, entah itu dalam hal ibadah, muamalah, dsb.
- Mengadakan pelatihan rutin setiap satu bulan sekali, termasuk didalamnya *review knowledge* baik pengetahuan umum maupun agama yang tentunya masih berkaitan dengan perbankan syariah kepada para karyawan ataupun jajaran-jajaran staf yang ada.
- Penampilan pakaian yang sopan (menutup aurat) baik karyawan atau agen pemasar, rapi, pelayanan yang sopan dan ramah saat berkomunikasi.

- Jemput bola diberlakukan untuk mempermudah para nasabah pada saat pembayaran premi (asuransi) ataupun saat pengenalan produk yang dibutuhkan oleh nasabah, karena kesibukan mereka yang padat sehingga lebih memilih pelayanan melalui masing-masing agen.
- Lebih banyak menggunakan pendekatan kekeluargaan kepada calon nasabahnya. Hal ini bertujuan untuk menjalin tali silaturahmi agar nasabah juga bisa menjadi agen marketing diluar sistem secara tidak langsung dengan segenap pengalaman positif selama menjadi nasabah.
- Perubahan teknologi dapat dilihat dari semakin canggihnya sistem yang digunakan dalam kegiatan operasional bank syariah mandiri jemur andayani surabaya. Oleh karena itu bank syariah mandiri jemur andayani surabaya selalu *update* dan selalu beradaptasi sedemikian mungkin dengan perubahan teknologi tersebut.
- Senantiasa menyesuaikan kondisi ekonomi dan pasar yang mana perubahan tersebut selalu mengalami fluktuatif, baik dari segi nilai rupiah, indeks investasi saham maupun pola perilaku pasar sekarang yang cenderung lebih konsumtif daripada produktif.
- Menanamkan sistem fair play, yang dimaksud adalah bahwa bank syariah mandiri jemur andayani surabaya selama ini tidak pernah merebut pasar (nasabah) secara langsung dari tangan pesaing, karena bank syariah mandiri jemur andayani surabaya memposisikan diri sebagai mitra bagi pesaing. Oleh karena itu sebagai tindakan antisipasi, bank syariah mandiri jemur andayani surabaya senantiasa

mengerahkan cara untuk menjaga loyalitas para nasabah lewat pelayanan prima serta reward bagi nasabah yang menempatkan dana dalam skala besar.

- Mempertahankan pangsa pasar simpanan diperlukan pembinaan terhadap nasabah simpanannya dengan cara mengunjungi nasabah ataupun dengan cara menelponnya.
- Memisahkan segmen-segmen yang membentuk suatu pasar dan mengadaptasi tawarannya supaya sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah, sehingga nasabah memiliki perbedaan kebutuhan pada setiap produk, dan oleh karena itu nasabah akan memberikan reaksi yang berbeda untuk setiap produk yang ditawarkan
- Memberikan harga yang relatif lebih murah dibanding dengan Bank Syariah lainnya.
- Dilakukan kerjasama *sponsorship* dalam event-event tertentu, program sosial, pelayanan menyeluruh bagi nasabah, serta dengan cara yang lain yang mana cara itu bisa mengangkat nama bank syariah mandiri jemur andayani surabaya menjadi baik. Serta memberikan dana CSR kepada masyarakat sekitar diantaranya yaitu seperti renovasi madrasah, renovasi saluran air, rumah sakit, renovasi masjid, lalu ada juga memberikan hewan kurban.

3. Karakteristik Dan Prinsip-Prinsip Syariah Marketing Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya

Adapun karakteristik serta prinsip-prinsip syariah marketing yang telah diimplementasikan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya diantaranya dari segi karakteristik **Teistis (Rabbaniyah)** yaitu ditinjau dari sisi kerohanian serta spiritualisasi yang dimiliki oleh masing-masing SDM serta tempat dari penjualan produk ataupun dari jasa itu sendiri. jadi disaat kita pertama masuk yang dapat kita peroleh diantaranya ruangan yang kondusif, bersih serta terdapat corak yang bernuansa islami. Lalu kita juga memperoleh 3S (Salam Sapa Senyum) dari SDM yang ada pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya.

Lalu karakteristik yang kedua adalah **Etis (akhlaqiyayah)** yaitu dengan cara membentuk karakter atau sifat yang baik kepada nasabah ataupun dengan calon nasabah. Dengan cara mengadakan pelatihan rutin Setiap satu bulan sekali, termasuk didalamnya *review knowledge* baik pengetahuan umum maupun agama yang tentunya masih berkaitan dengan perbankan syariah kepada para karyawan dengan mengundang tokoh-tokoh agama dr instansi- instansi yang ada hubungan baik ataupun tidak dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya. Lalu karakteristik yang ketiga adalah **Realistis (al-waqi'iyah)** atau yang biasa kita sebut fleksibel, yang mana karakteristik ini menampilkan kesan yang fleksibel, tidak kaku tapi tetap tanpa

mengurangi rasa estetika pada karyawan atau marketer tsb. Serta menampilkan edilogi yang didalamnya dan menjadikan perbedaan sebuah persoalan yang indah dan patut disyukuri. Lalu karakteristik yang terakhir adalah **Humanistis (al-insaniyah)** yaitu tentang kemanusiaan. Yang dimaksud kemanusiaan disini adalah kami sebagai karyawan ataupun marketer selalu menggunakan cara pendekatan kekeluargaan kepada *costumer* yang sudah menjadi nasabah kita ataupun yang belum menjadi nasabah kita. Disini kita menjalin silaturahmi kepada nasabah ataupun calon nasabah yang notabennya mereka dari segala kalangan. Dan ini menjadi tantangan sendiri bagi kita sebagai marketer ataupun karyawan. Kita berusaha menunjukkan kepada mereka bahwasannya konsep ekonomi syariah adalah rahmatan lil alamin bukan hanya untuk umat islam semata.

Lalu yang selanjutnya ada prinsip-prinsip syariah marketing yang diimplementasikan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya diantaranya yaitu **Change** atau perubahan, yang dimaksud perubahan disini adalah dari perubahan teknologi, perubahan ekonomi serta perubahan pasar. Dimana kita lihat perubahan teknologi Dimana perubahan teknologi dapat dilihat dari semakin canggihnya sistem yang digunakan dalam kegiatan operasional Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya. Oleh karena itu Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya selalu *update* dan selalu beradaptasi sedemikian mungkin dengan adanya perubahan teknologi

tersebut. Selain itu dapat dilihat pula pada produk-produk consumer banking yang dimiliki Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya seperti ATM, layanan 24 jam seperti SMS Banking, BSM *mobile banking*, Mandiri Syariah *Mobile* serta *Internet Banking*. Namun kecanggihan peralatan-peralatan tersebut tidak akan dapat dijalankan tanpa menggunakan tenaga dari manusia yang terlatih melalui training khusus, dan setiap saat kecanggihannya selalu atau sering berubah karena produk-produk baru yang lebih canggih dan lebih efisien. Lalu prinsip yang selanjutnya adalah *competitor* atau yang biasa kita sebut persaingan usaha. Yang namanya mendirikan usahadi zaman yang serba canggih seperti sekarang ini sudah banyak berdiri lembaga keuangan seperti bank. Mereka sama-sama bersaing dalam menghimpun dana masyarakat untuk kemudian disalurkan kepada masyarakat pula. Hal ini menciptakan suatu persaingan yang cukup ketat dalam merebut minat para nasabah. Namun Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya menanamkan sistem fair play agar tidak terjadi kesenjangan sosial dengan lembaga keuangan lainnya.

Lalu prinsip yang selanjutnya adalah *Costumer* (**Nasabah**), nasabah adalah salah aset berharga yang dimiliki oleh suatu lembaga keuangan atau bank. Dan dari situlah bank selalu memiliki inisiatif dan terus mencari banyak cara yang dapat dilakukan untuk menjaga loyalitas nasabah. Supaya bank dapat mempertahankan pangsa pasar simpanan diperlukan pembinaan terhadap nasabah simpanannya

dengan cara mengunjungi nasabah ataupun dengan cara menelponnya. Yang selanjutnya adalah prinsip tentang *Company (perusahaan)* pada prinsip ini Bank Syariah Mandiri berhasil menyandang predikat *Good Corporate Government*. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank syariah terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Lalu menyusul penghargaan lainnya diantara lain Penghargaan yang diterima antara lain sebagai *Islamic Retail Banking Awards 2018* oleh *Cambridge Analytica Islamic*, lalu dari BI Award 2018 sebagai bank pendukung pengendalian moneter syariah serta TOP Bank 2018 sebagai kategori top Tabungan Haji 2018, serta banyak lagi yang bisa kita temui di link tsb.

Prinsip selanjutnya yaitu *Segmentation* atau pengelompokan pasar. Segmentasi di Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya diawali dengan memisahkan segmen-segmen yang membentuk suatu pasar dan mengadaptasi tawarannya supaya sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah, sehingga nasabah memiliki perbedaan kebutuhan pada setiap produk, dan oleh karena itu nasabah akan memberikan reaksi yang berbeda untuk setiap produk yang ditawarkan. Lalu dilanjutkan dengan prinsip *Targeting* atau menentukan target. Di dalam prinsip ini Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani menjadikan semua segmen menjadi target pasar, karena

bagi Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani semua segmen merupakan ladang bagi pertumbuhan perusahaan.

Yang selanjutnya yaitu **Positioning**, prinsip ini adalah menempatkan produk di benak konsumen. Prinsip ini terbilang tidak mudah, karena dengan melihat banyaknya karakter serta perilaku konsumen atau nasabah suatu perusahaan perlu memutar otak untuk mengupayakan bagaimana caranya tanpa menaggalkan kebutuhan dan keinginan dari para nasabah. Hal itu juga yang tengah diupayakan oleh Bank Syariah Mandiri. Tbk dalam menyesuaikan produk dan jasanya yang telah ditetapkan oleh divisi *product and development of Business Development Group* Bank Syariah Mandiri, Tbk dengan kebutuhan serta keinginan nasabah agar manfaat dari produk maupun jasa tersebut dapat lebih optimal, sehingga mencapai kepuasan non-material baik bagi pihak bank maupun nasabah.

Prinsip selanjutnya adalah **Marketing mix** (bauran pemasaran), prinsip ini adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran yang terdiri dari 4P yaitu produk atau jasa, Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya memiliki banyak produk yang dapat ditawarkan kepada para calon/nasabah. Hal ini pun bisa menjadi strategi khusus dari kami yang memiliki tujuan agar para calon/nasabah mempunyai banyak pilihan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan para calon atau

nasabah, sehingga produk tersebut tidak hanya sekedar formalitas kepemilikan saja namun dapat dimanfaatkan dengan baik. Lalu ada *Price* (harga), Aspek harga yang ada pada Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya meliputi bagi hasil, margin serta biaya-biaya yang dibebankan pada suatu produk (biaya administrasi) yang telah ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri, Tbk, *marketing mix* selanjutnya yaitu *Place* (lokasi), Demi pencapaian visi dan misi perusahaan, Bank Syariah Mandiri, Tbk melebarkan sayap dengan membuka kantor cabang hingga ke berbagai daerah, salah satunya yaitu Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya yang berlokasi di salah satu sudut strategis kota Surabaya yaitu tepatnya di Jalan Jemur Andayani No. 3, Kelurahan Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo, Kota Surabaya yang menjadi salah satu pusat kegiatan perekonomian masyarakat Kota Surabaya. Seperti diketahui bahwa lokasi ini cukup menentukan berkembangnya suatu perusahaan. Dengan lokasi yang strategis ini, Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya mampu menjangkau berbagai kalangan untuk kemudian dijadikan sebagai target pasar perusahaan.

Dan marketing mix yang terakhir adalah *Promotion* (promosi), Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani melakukan beberapa cara promosi diantara lain yang melalui iklan atau media promosi diantaranya yaitu media cetak dan media elektronik. Lalu ada sponsorship lewat event-event tertentu. Cara ini

diharapkan dapat dijadikan sarana promosi yang efektif untuk menarik minat calon nasabah maupun debitur.

Prinsip yang selanjutnya **Branding** atau yang biasa kita sebut membangun nama, Bagi Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya membangun *brand* bukan hanya melalui iklan saja. Namun ada banyak hal yang bisa mendorong kesuksesan sebuah *brand* yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan masyarakat pada umumnya dan nasabah pada khususnya. Selain itu dapat juga dilakukan kerjasama *sponsorship* dalam event-event tertentu, program sosial, pelayanan menyeluruh bagi nasabah, serta dengan cara yang lain yang mana cara itu bisa mengangkat nama Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya menjadi baik. Serta memberikan dana CSR kepada masyarakat sekitar diantaranya yaitu seperti renovasi madrasah, renovasi saluran air, rumah sakit, renovasi masjid, lalu ada juga memberikan hewan kurban.

Lalu prinsip yang terakhir adalah **Selling** atau penjualan. Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya menggunakan skill atau kemampuan dalam bernegosiasi. Kemampuan dalam bernegosiasi di sini adalah kemampuan perusahaan atau *marketer* dalam membuat suatu kesepakatan dengan calon nasabah, hal ini berkaitan dengan cara perusahaan atau *marketer* menawarkan suatu produk kepada nasabah. Seperti yang telah dijelaskan dalam pembahasan prinsip sebelumnya bahwa dalam menawarkan suatu

produk serta jasa, Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya tidak hanya menyampaikan fitur-fitur dari produk dan jasa yang ditawarkan saja, melainkan keuntungan bahkan solusi dari produk dan jasa tersebut.

B. ANALISIS DATA

1. Analisis Implementasi Karakteristik Syariah Marketing di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang telah disusun lakukan melalui wawancara secara langsung kepada pihak Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya, dalam konteks marketing perusahaan tersebut termasuk bank syariah yang telah mengimplementasikan karakteristik syariah marketing. Hal tersebut dapat dilihat dari manajemen perusahaan dan aktifitas kerja para agen pemasar dalam memasarkan produk-produknya. Data juga diperkuat dari hasil observasi langsung yang dilakukan oleh penulis selama kurang lebih satu bulan di Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya.

Karakteristik syariah marketing yang diimplementasikan Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya yang pertama adalah *Teistis (Rabbaniyah)*. Implementasi dari rabbaniyah diantaranya yaitu Keberadaan Musholla yang berada di dalam bangunan tersebut dengan kondisi yang bersih serta dilengkapi dengan beberapa mukena dan peralatan sholat lainnya juga terlihat sangat kondusif. Sehingga para karyawan yang hendak akan melaksanakan sholat sunnah ataupun wajib tidak perlu keluar perusahaan. Nuansa Islaminya juga semakin terasa ketika mulai masuk ke dalam ruangan, yang tertata rapi, bersih, nyaman, serta memberikan nilai religius tersendiri dengan adanya beberapa

karyawan yang selalu khas dalam memberikan sambutan kepada nasabah yang baru memasuki ruangan. Spiritualisasi keagamaan sebagai prinsip dan etos kerja juga ditunjukkan oleh manajemen perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari kebiasaan yang ditanamkan oleh pemimpin perusahaan serta para staf dan anggotanya, dimana setiap hari ketika hendak memulai aktifitasnya didahului dengan membaca doa pagi secara berjamaah.¹³

Belum lagi setiap satu bulan sekali atau peringatan hari-hari tertentu dalam Islam, mereka juga mengadakan pengajian rutin dengan mendatangkan Ustadz ataupun tokoh-tokoh agama dari luar yang diisi dengan materi-materi keagamaan yang berkaitan dengan persoalan agama Islam, entah itu dalam hal ibadah, muamalah, dsb. Yang didalamnya sering dibumbui dengan motivasi-motivasi kerja pemarkas menurut Islam.¹⁴ Hal ini bertujuan untuk membekali karyawan agar senantiasa menerapkan prinsip atau etos kerja yang Islami didalam prakteknya.

Lalu karakteristik yang kedua adalah *Etis (akhlaqiyyah)*. Implementasi dari karakteristik ini adalah tentang meningkatkan etika pelayanan kepada nasabah ataupun kepada calon nasabah. Cara ini dapat dilakukan dengan cara Bank Syariah Mandiri mengadakan pelatihan rutin Setiap satu bulan sekali, termasuk didalamnya *review knowledge* baik

¹³ Nur Aziah, Wawancara, Surabaya, 12 Oktober 2018.

¹⁴ Ziah, Wawancara, Surabaya,..... 12 Oktober 2018

pengetahuan umum maupun agama yang tentunya masih berkaitan dengan perbankan syariah kepada para karyawan ataupun jajaran-jajaran staff yang ada.¹⁵

Dalam aktifitas kerja juga nampak bahwa dari sisi penampilan pakaian yang sopan (menutup aurat) baik karyawan atau agen pemasar, rapi, pelayanan yang sopan dan ramah saat berkomunikasi. Dalam hal ini etika dan etiket baik karyawan atau agen pemasar dalam Bank Syariah Mandiri benar-benar diterapkan dalam keseharian pelayanan kepada nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya.

Bagi karyawan perempuan mereka diwajibkan memakai jilbab serta pakaian yang menutup aurat mereka sebagaimana yang telah ditetapkan oleh peraturan perusahaan berbasis islam tersebut. Serta tidak memakai perhiasan yang berlebih yang dapat menimbulkan niat jahat dari orang disekitar mereka.

Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani ini nasabah selalu mendapatkan 3S, yaitu sapa, senyum serta salam. Yang mana akan kita temukan pada saat kita bertemu oleh satpam yang ada di perusahaan tersebut. Tidak hanya satpam aja yang melakukan 3S tersebut. Tapi para karyawan seperti *Teller* atau *Costumer Service (CS)* pun juga melakukan hal demikian.

¹⁵ Ziah, Wawancara, Surabaya,..... 12 Oktober 2018

Pada saat pelayanan (*service*) saat pembayaran ataupun penagihan pengenalan produk yang diterapkan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya. Pada umumnya adalah melalui agen pemasar atau dikenal sebagai jempot bola. Jempot bola diberlakukan untuk mempermudah para nasabah pada saat pembayaran premi (asuransi) ataupun saat pengenalan produk yang dibutuhkan oleh nasabah, karena kesibukan mereka yang padat sehingga lebih memilih pelayanan melalui masing-masing agen.¹⁶ Maka hal tersebut menandakan bahwa dalam pelayanan terhadap nasabah telah sesuai dengan prinsip syariah dan telah diterapkan baik dari sisi manajemen dan marketingnya. Dengan demikian setiap karyawan atau agen harus memiliki akhlak yang baik agar pelayanan yang riskan dengan penyelewengan tersebut dapat terhindar. Serta dapat menimbulkan rasa kepuasan pada nasabah sehingga mereka loyal pada perusahaan serta produk tersebut.

Karakteristik yang selanjutnya adalah tentang *Realistis (al-waqi'iyah)*. Dalam dunia muamalah (persaingan bisnis), Islam telah mengajarkan salah satu aturan hidup yang lengkap, Islam telah memberikan aturan-aturan yang jelas dan rinci tentang hukum dan etika persaingan, serta telah disesuaikan dengan ajaran-ajaran Islam. Hal itu dimaksudkan dengan tujuan untuk menghindari adanya persaingan-persaingan yang tidak sehat.

¹⁶ Ziah, Wawancara, Surabaya,..... 12 Oktober 2018

Paling tidak ada tiga unsur yang perlu untuk dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam yaitu (1) pihak-pihak yang bersaing, (2) cara persaingan, dan (3) produk barang atau jasa yang dipersaingan. Ketiga hal tersebut merupakan unsur terpenting yang harus mendapatkan perhatian terkait dengan masalah persaingan bisnis dalam perspektif Islam.¹⁷ Selanjutnya, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya bukanlah perusahaan keuangan syariah yang sifatnya kaku, fanatik terhadap ideologi atau pemikiran tertentu dan eksklusif.

Hal ini dibuktikan dengan penampilan para karyawannya yang fleksibel tetapi sopan tanpa mengurangi rasa estetika. Berbagai budaya, karakter dan ideologi yang ada didalamnya bukanlah menjadi persoalan, tetapi perbedaan tersebut diyakini oleh perusahaan sebagai keindahan dan patut disyukuri. Berbagai produk Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya juga banyak diterima oleh kalangan-kalangan non muslim. Maka baik produk atau penampilan dari agen pemasar dapat diterima oleh semua kalangan tanpa menciptakan kesan eksklusif, bersifat kaku dan bersifat yang tidak baik dimata nasabah yang notabennya non muslim.

Yang terakhir adalah karakteristik yang bersifat *Humanistis (al-insaniyah)*. Karakteristik ini juga telah diimplementasikan di Bank

¹⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press; Cetakan I, 2009, 97

Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya. Perusahaan yang berbasis keuangan syariah ini lebih banyak menggunakan pendekatan kekeluargaan kepada calon nasabahnya. Hal ini bertujuan untuk menjalin tali silaturahmi agar nasabah juga bisa menjadi agen marketing diluar sistem secara tidak langsung dengan segenap pengalaman positif selama menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya.¹⁸

Dalam melakukan penetrasi pasar perusahaan juga menggunakan metode pendekatan yang sama. Metode yang dilakukan dalam memasarkan produk-produk Bank Syariah Mandiri dimulai dari calon-calon nasabah yang memiliki kedekatan emosional dengan agen, misalnya keluarga, saudara, rekan dan lain-lain. Baru kemudian penetrasi pasar lebih diperluas di beberapa daerah tertentu yang dianggap prospek untuk melakukan kegiatan marketing tersebut. Biasanya menentukan penetrasi pasar ini dilakukan ketika rapat pagi. Realitanya bahwa masyarakat kota Surabaya yang plural, tidak hanya muslim saja menjadi sebuah tantangan bagi para agen pemasar. Perlu adanya strategi marketing yang berbeda namun tetap menjunjung tinggi nilai-nilai universal Islam. Ini menunjukkan bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaanya terjaga dan terpelihara, serta sifat buruknya dapat terkekang.

¹⁸ Ziah, Wawancara, Surabaya,..... 12 Oktober 2018

Meskipun nasabah Bank Syariah Mandiri mayoritas beragama Islam namun tidak bisa dijadikan sebuah patokan bahwa mereka benar-benar memahami tentang syariah Islam, khususnya di dunia hukum perbankan. Maka menjadi tanggung jawab bagi agen pemasar dalam mencari nasabah dengan cara-cara yang benar, penuh kejujuran namun tetap memberikan penawaran dalam bentuk materi yang dapat menguntungkan nasabah.

Setidaknya hal ini menjadi bukti bahwa konsep ekonomi syariah adalah rahmatan lil alamin (rahmat bagi sekalian alam), fleksibel dan berlaku untuk semua orang. Hal ini juga mematahkan anggapan sebagian masyarakat yang mengatakan bahwa institusi dengan label syariah adalah hanya dari, oleh dan untuk orang berjenggot dan yang berjilbab. Sehingga anggapan-anggapan tersebut terpatahkan oleh bukti yang di praktekkan oleh pemasar atau karyawan Bank Syariah Mandiri.

2. Analisis Implementasi Prinsip - Prinsip Syariah Marketing di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya

a. *Change* (Perubahan).

Perubahan menjadi prinsip pertama dalam *Syariah Marketing* karena setiap perusahaan akan mengalami perubahan dalam setiap kegiatan bisnisnya, tak terkecuali dengan Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya. Seperti yang telah dijelaskan pada firman Allah yang artinya bahwa Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum

sebelum mereka mau merubah diri mereka sendiri. Hal ini sungguh jelas bahwa dalam Islam pun sangat mendukung dengan adanya perubahan, namun perubahan yang terjadi haruslah yang bersifat positif. Dalam kegiatan pemasarannya, Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya juga mengalami berbagai perubahan seperti perubahan teknologi, perubahan politik-legal, perubahan sosial-kultural, perubahan ekonomi, serta perubahan pasar.¹⁹

Namun yang paling sangat terlihat perubahannya bagi Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya yaitu perubahan teknologi, ekonomi dan pasar. Dimana perubahan teknologi dapat dilihat dari semakin canggihnya sistem yang digunakan dalam kegiatan operasional Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya. Oleh karena itu Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya selalu meng*update* dan selalu beradaptasi sedemikian mungkin dengan perubahan teknologi tersebut.²⁰

Selain itu dapat dilihat pula pada produk-produk consumer banking yang dimiliki Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya seperti ATM, layanan 24 jam seperti SMS Banking, BSM *mobile banking*, Mandiri Syariah *Mobile* serta *Internet Banking*. Namun kecanggihan peralatan-peralatan komputerisasi itu tidak akan dapat dijalankan tanpa menggunakan tenaga dari manusia yang terlatih melalui training khusus,

¹⁹ Kartajaya, Hermawan ,.....*marketing*, 183

²⁰ Andrianto, Wawancara, Surabaya, 17 Januari 2019.

dan setiap saat kecanggihannya selalu atau sering berubah karena produk-produk baru yang lebih canggih dan lebih efisien.²¹

Sedangkan perubahan dalam aspek lainnya yaitu Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya senantiasa menyesuaikan kondisi ekonomi dan pasar yang mana perubahan tersebut selalu mengalami fluktuatif, baik dari segi nilai rupiah, indeks investasi saham maupun pola perilaku pasar sekarang yang cenderung lebih konsumtif daripada produktif. Dengan demikian Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya selalu menggerakkan marketer/pemasar bagian pembiayaan pada perusahaan atau instansi-instansi untuk menawarkan produk-produk pembiayaan pada karyawan atau staf-staf yang ada pada perusahaan atau instansi tersebut. Hal ini dilakukan karena kami tau bahwasanya tidak ada pengaruh fluktuatif ekonomi yang signifikan pada karyawan atau staf pada perusahaan tersebut. Selama mereka mendapatkan gaji dari perusahaan yang mereka tempati.²²

a. *Competitor* (Persaingan Usaha)

Dalam menjalani suatu kegiatan dalam suatu bidang, termasuk bidang ekonomi, maka para pelakunya akan dihadapkan pada situasi yang disebut persaingan. Persaingan akan terjadi apabila terdapat dua atau lebih pihak yang sama-sama bernaung dalam bidang yang sama. Persaingan yang ada dalam Islam adalah persaingan yang sehat, dalam

²¹ Andrianto, Wawancara, Surabaya....., 17 Januari 2019.

²² Andrianto, Wawancara, Surabaya....., 17 Januari 2019.

arti tanpa ada hal-hal yang akan mendatangkan kemadharatan. Hal itu pun berlaku dalam dunia perbankan. Di zaman yang serba canggih seperti sekarang ini sudah banyak berdiri lembaga keuangan seperti bank. Mereka sama-sama bersaing dalam menghimpun dana masyarakat untuk kemudian disalurkan kepada masyarakat pula. Hal ini menciptakan suatu persaingan yang cukup ketat dalam merebut minat para nasabah.

Namun, dalam hal persaingan, Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya menanamkan sistem fair play, yang dimaksud adalah bahwa Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya selama ini tidak pernah merebut pasar (nasabah) secara langsung dari tangan pesaing, karena Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya memposisikan diri sebagai mitra bagi pesaing. Oleh karena itu sebagai tindakan antisipasi, Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya senantiasa mengerahkan cara untuk menjaga loyalitas para nasabah lewat pelayanan prima serta reward bagi nasabah yang menempatkan dana dalam skala besar.²³

b. *Costumer* (Nasabah)

Nasabah merupakan salah satu sumber aset bagi Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya, sehingga tak jarang bank memiliki inisiatif dan terus mencari banyak cara yang dapat dilakukan untuk menjaga loyalitas nasabah. Supaya bank dapat mempertahankan

²³ Andri, Wawancara, Surabaya,..... 17 Januari 2019

pangsa pasar simpanan diperlukan pembinaan terhadap nasabah simpanannya dengan cara mengunjungi nasabah ataupun dengan cara menelponnya. Dalam pemasaran modern tidak hanya memasarkan produk dengan baik, menetapkan harga yang menarik dan membuat produk terjangkau oleh konsumen, namun perusahaan juga harus berkomunikasi dengan para nasabah.²⁴

Dalam mempererat hubungan dengan nasabah, pihak Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya merasa perlu mengadakan pembinaan kepada nasabah terutama nasabah simpanan secara baik dan berkesinambungan. Agar bank dan nasabah menjadi mitra usaha yang harmonis, maka kedua belah pihak sepakat mengadakan hubungan kekeluargaan yang saling bergantung dan saling menguntungkan.

Seperti diketahui bahwa dalam hal memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, perusahaan perlu mempelajari perilaku nasabah terlebih dahulu karena hal tersebut merupakan dasar manajemen pemasaran. Hal ini juga berlaku bagi Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya. Dengan melihat kondisi pasar yang sedang terjadi maka Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya mampu menunjukkan kredibilitas dalam menyesuaikan tawaran produk dengan kebutuhan para nasabahnya. Selain itu Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya memiliki trik jitu dalam menjaga loyalitas

²⁴ Soetanto Hadinoto, *Bank Strategy on Funding and Liability Management*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), 81.

nasabah, yaitu salah satunya dengan cara memberikan reward, spesial nisbah untuk nominal deposito per rata-rata nasabah perbulan,²⁵ bahkan memberikan sponsor dalam mensukseskan acara lembaga-lembaga yang menjadi nasabah Bank Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya.

c. *Company* (perusahaan)

Di era globalisasi dan di tengah kondisi persaingan usaha yang semakin ketat ini, perusahaan harus merenungkan kembali prinsip-prinsip dasar perusahaannya. Perusahaan-perusahaan besar yang sukses di abad ke-21 ini umumnya dapat mendeteksi perusahaan yang terjadi di pasar dan bagaimana mereka tetap konsisten untuk menjalankan nilai-nilai dan prinsip dasar perusahaannya.²⁶

Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri berhasil menyandang predikat *Good Corporate Government*. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank syariah terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Lalu menyusul penghargaan lainnya diantara lain Penghargaan yang diterima antara lain sebagai *Islamic Retail Banking Awards 2018* oleh *Cambridge Analytica Islamic*, lalu dari BI Award 2018 sebagai bank pendukung pengendalian moneter syariah serta TOP Bank 2018

²⁵www.syariahmandiri.co.id

²⁶ Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), 161.

sebagai kategori top Tabungan Haji 2018, serta banyak lagi yang bisa kita temui di link tersebut.²⁷

d. *Segmentation* (Pengelompokan Pangsa Pasar)

Segmentation dapat diartikan sebagai proses pengelompokan pasar dari heterogen menjadi homogen. Segmentasi di Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya diawali dengan memisahkan segmen-segmen yang membentuk suatu pasar dan mengadaptasi tawarannya supaya sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah, sehingga nasabah memiliki perbedaan kebutuhan pada setiap produk, dan oleh karena itu nasabah akan memberikan reaksi yang berbeda untuk setiap produk yang ditawarkan.²⁸

Pengelompokan terbagi atas beberapa bagian, yang pertama adalah dari segi geografis yang dimana Segmentasi ini didasarkan pada wilayah geografis seperti negara, kawasan, provinsi, kota, kabupaten dan lain-lain. Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya beroperasi di semua segmen berdasarkan letak kantor cabang atau unit-unit Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani di kota Surabaya serta wilayah sekitar yang masih dalam cakupan geografis Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani dengan memperhatikan kebutuhan di masing-masing daerah, selera serta tren masyarakat yang ada pada daerah tersebut.²⁹

²⁷www.syariahmandiri.co.id

²⁸ Andri, Wawancara, Surabaya,..... 17 Januari 2019.

²⁹ Andri, Wawancara, Surabaya,..... 17 Januari 2019.

Yang kedua dari demografis Segmentasi ini didasarkan pada hal kependudukan seperti umur, jenis kelamin, pekerjaan, jumlah pendapatan, agama dan pendidikan. Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani cenderung membidik pasar sasaran pada nasabah yang berumur di atas 18 tahun dan memiliki pekerjaan berpenghasilan tetap per bulan, atau pekerjaan lain yang berorientasi bisnis tanpa membedakan jenis kelamin, agama atau pendidikan.³⁰

Lalu yang terakhir adalah dari segi psikografis Segmentasi ini didasarkan pada kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, motif pembelian dan lain-lain. Seperti yang diterapkan dalam layanan Mandiri Syariah Mobile dan Internet Banking yang cenderung disediakan bagi nasabah yang mempunyai gaya hidup modern, praktis serta berkepribadian dinamis dan aktif di sela-sela kesibukan dalam menjalani rutinitas kesehariannya.

e. *Targeting* (Menentukan Target)

Targeting merupakan langkah lanjutan dari segmentasi pasar di mana menentukan segmen pasar untuk dijadikan sebagai target atau sasaran pasar. Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani menjadikan semua segmen menjadi target pasar, karena bagi Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani semua segmen merupakan ladang bagi pertumbuhan perusahaan.

f. *Positioning* (Strategi Menempatkan Produk Di Benak Konsumen)

³⁰ Andri, Wawancara, Surabaya,..... 17 Januari 2019.

Positioning adalah menempatkan produk di benak konsumen. Prinsip ini terbilang tidak mudah, karena dengan melihat banyaknya karakter serta perilaku konsumen atau nasabah suatu perusahaan perlu memutar otak untuk mengupayakan bagaimana caranya tanpa menaggalkan kebutuhan dan keinginan dari para nasabah. Hal itu juga yang tengah diupayakan oleh Bank Syariah Mandiri. Tbk dalam menyesuaikan produk dan jasanya yang telah ditetapkan oleh divisi *product and development of Business Development Group* Bank Syariah Mandiri, Tbk dengan kebutuhan serta keinginan nasabah agar manfaat dari produk maupun jasa tersebut dapat lebih optimal, sehingga mencapai kepuasan non-material baik bagi pihak bank maupun nasabah.

Hal ini dapat diwujudkan dengan cara menganalisis dari tahap *Syariah Marketing* sebelumnya seperti segmentasi. Dari hasil analisa segmentasi maka akan diketahui target pasar yang akan dibidik, yang mana dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya membidik semua kalangan.

g. *Marketing mix*

Marketing mix (bauran pemasaran) adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran yang terdiri

dari 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (lokasi) dan *Promotion* (promosi).³¹

1) *Product* (produk)

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 10/17/PBI/2008 tentang Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, produk bank adalah produk yang dikeluarkan Bank baik di sisi penghimpunan dana maupun penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank yang sesuai dengan prinsip syariah tidak termasuk produk Lembaga Keuangan bukan Bank yang dipasarkan oleh Bank sebagai agen pemasaran.³²

Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya memiliki banyak produk yang dapat ditawarkan kepada para calon/nasabah seperti yang telah diuraikan pada Bab IV yaitu pada sub bab Produk. Hal ini pun bisa menjadi strategi khusus dari Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya yang memiliki tujuan agar para calon/nasabah mempunyai banyak pilihan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan para calon atau nasabah, sehingga produk tersebut tidak hanya sekedar formalitas kepemilikan saja namun dapat dimanfaatkan dengan baik. Hal ini berkaitan dengan keputusan perusahaan untuk memperluas basis produk diwaktu yang akan datang.

³¹<http://Jurnal-Sdm.Blogspot.Com/2010/01/Konsep-Bauran-Pemasaran-Marketing-Mix.Com>, (01 November 2018).

³²www.bi.go.id diakses pada tanggal 30 Desember 2018.

Dalam hal produk Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya berupaya mengunggulkan kelebihan produk yang dimiliki, dibanding produk bank lain yang notabene memiliki biaya yang rendah. Lalu Kelebihan-kelebihan tersebut dapat dijadikan obyek daya tarik bagi masyarakat luas untuk menjadi nasabah yang loyal Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya dan memiliki kepercayaan lebih akan kesyariahan Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya.³³

2) *Price* (harga)

Price (harga) adalah sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hak milik produk. Berdasarkan analisa penulis dari beberapa referensi yang digunakan, dalam hal ini yang dimaksud dengan harga dalam konsep pemasaran bank syariah adalah besar bagi hasil, margin serta biaya-biaya yang dibebankan pada suatu produk (tarif produk dan layanan). Penetapan harga suatu produk berdasarkan pertimbangan bisnis, yaitu *supply*, *demand* dan *value* yang diterima/dipersepsi oleh nasabah. Begitu pula dalam penetapan harga pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah, memperhatikan *supply*, *demand* dan *value* untuk nasabah.

Aspek harga yang ada pada Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya meliputi bagi hasil, margin serta biaya-biaya

³³ Andri, Wawancara, Surabaya,..... 17 Januari 2019.

yang dibebankan pada suatu produk (biaya administrasi) yang telah ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri, Tbk.³⁴ Merujuk pada strategi harga yang digunakan Nabi Muhammad SAW berdasarkan prinsip suka sama suka seperti yang firman Allah yang termaktub dalam Al-Quran yang Artinya; “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa’:29)³⁵

3) *Place* (tempat)

Keputusan penentuan lokasi dan saluran yang digunakan untuk memberikan jasa kepada pelanggan melibatkan pemikiran tentang bagaimana cara mengirimkan atau menyampaikan jasa kepada pelanggan dan dimana hal tersebut akan dilakukan. Ini harus dipertimbangkan karena dalam bidang jasa sering kali tidak dapat ditentukan tempat dimana akan diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Saluran distribusi dapat dilihat sebagai kumpulan organisasi yang saling bergantung satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk/layanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Penyampaian dalam perusahaan

³⁴ Andri, Wawancara, Surabaya,..... 17 Januari 2019.

³⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur an dan Terjemahnya*, (Semarang : CV. Asy-Syifa, 1992).

jasa harus dapat mencari agen dan lokasi untuk menjangkau populasi yang tersebar luas.³⁶

Demi pencapaian visi dan misi perusahaan, Bank Syariah Mandiri, Tbk melebarkan sayap dengan membuka kantor cabang hingga ke berbagai daerah, salah satunya yaitu Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya yang berlokasi di salah satu sudut strategis kota Surabaya yaitu tepatnya di Jalan Jemur Andayani No. 3, Kelurahan Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo, Kota Surabaya yang menjadi salah satu pusat kegiatan perekonomian masyarakat Kota Surabaya. Seperti diketahui bahwa lokasi distribusi cukup menentukan berkembangnya suatu perusahaan. Dengan lokasi yang strertegis ini, Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabayaa mampu menjangkau berbagai kalangan untuk kemudian dijadikan sebagai target pasar perusahaan.

4) *Promotion* (promosi)

Promosi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Selain itu promosi bertujuan untuk menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial, mendapatkan keuntungan, mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan lama, membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk

³⁶<http://rajapresentasi.com/2009/04/strategi-pemasaran-dan-bauran-pemasaran/>,18Juni 2011.

pesaing, dan yang terpenting adalah membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani melakukan beberapa cara promosi dari berbagai variabel promosi yang meliputi:

- *Advertising*, yaitu semua bentuk segala promosi yang melalui iklan atau media promosi diantaranya yaitu media cetak dan media elektronik.
- *Public relations and publicity*, yaitu berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan. Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani berperan sebagai sponsorship dalam event-event tertentu. Diharapkan dengan hal tersebut maka akan dapat dijadikan sarana promosi yang efektif untuk menarik minat calon nasabah maupun debitur.
- *Personal selling*, yaitu interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan. Dilakukan dengan mengoptimalkan tenaga pemasaran untuk menawarkan produk yang dimiliki oleh pihak Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani kepada nasabah yang diutamakan pada pengumpulan data. Selain itu, tenaga pemasaran juga bertugas dalam melakukan kunjungan kepada calon

nasabah yang ingin menggunakan produk dalam hal pembiayaan, dan juga memberi pemaparan kepada calon nasabah yang berminat kepada produk yang ditawarkan. Selanjutnya bagian pemasaran juga bertugas menjelaskan mengenai produk yang ada dan memberikan pengertian yang benar serta menjelaskan ketentuan-ketentuan yang harus dilakukan dalam melakukan akad, menggunakan produk yang ditawarkan oleh pihak Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Andayani. Kemudian memberikan pemahaman yang mendalam mengenai manfaat produk yang dimiliki jika dibanding dengan pihak bank yang lainnya.

h. *Brand*

Bagi Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya membangun *brand* bukan hanya melalui iklan saja. Namun ada banyak hal yang bisa mendorong kesuksesan sebuah *brand* yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan masyarakat pada umumnya dan nasabah pada khususnya. Selain itu dapat juga dilakukan kerjasama *sponsorship* dalam event-event tertentu, program sosial, pelayanan menyeluruh bagi nasabah, serta dengan cara yang lain yang mana cara itu bisa mengangkat nama Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya menjadi baik. Serta memberikan dana CSR kepada masyarakat sekitar diantaranya yaitu seperti renovasi madrasah, renovasi saluran air,

rumah sakit, renovasi masjid, lalu ada juga memberikan hewan kurban.³⁷

Dengan segala prestasi yang didapat oleh Bank Syariah Mandiri dalam beberapa kurun waktu terakhir ini, perusahaan tersebut mampu dapat memposisikan namanya di benak masyarakat luas khususnya nasabah Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya itu sendiri. Dan semua itu tidak lepas dari prinsip-prinsip *syariah marketing* yang selama ini menjadi pegangan serta pedoman dalam kegiatan bisnis mereka. Ini bisa menjadi keuntungan serta kelebihan bagi Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya di bandingkan dengan bank konvensional yang tidak memakai prinsip tersebut sebagai pedoman atau pegangan.

i. *Selling* (Penjualan)

Selling atau biasa kita sebut sebagai penjualan disini adalah memaksimalkan kegiatan penjualan sehingga dapat menciptakan situasi win-win solution bagi pihak produsen dan konsumen.³⁸

Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya menggunakan skill atau kemampuan dalam bernegosiasi. Kemampuan dalam bernegosiasi di sini adalah kemampuan perusahaan atau *marketer* dalam membuat suatu kesepakatan dengan calon nasabah, hal ini berkaitan dengan cara perusahaan atau *marketer* menawarkan suatu produk kepada nasabah. Seperti yang telah dijelaskan dalam

³⁷ Andri, Wawancara, Surabaya,..... 17 Januari 2019.

³⁸ Kartajaya, Hermawan ,.....*marketing*, 210.

pembahasan prinsip sebelumnya bahwa dalam menawarkan suatu produk serta jasa, Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya tidak hanya menyampaikan fitur-fitur dari produk dan jasa yang ditawarkan saja, melainkan keuntungan bahkan solusi dari produk dan jasa tersebut.³⁹ Bank Syariah Mandiri Jemur Andayani Surabaya menganggap para nasabahnya adalah kerabat dengan sikap tolong-menolong dan kejujuran yang dijadikan sebagai landasan utama, sehingga tercipta hubungan jangka panjang yang harmonis antara bank dengan nasabah.

Penulis mengambil beberapa kesimpulan dari data diatas bahwasannya untuk pengimplementasian 4 karakteristik syariah marketing pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya sudah hampir dikatakan mencapai titik maksimal. Dan untuk pengimplementasian 17 prinsip-prinsip syariah marketing memang belum semuanya di implementasikan tetapi ada beberapa prinsip yang sudah di lakukan oleh Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya. Diantaranya yang sudah diterapkan oleh Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya adalah antara lain (*Change, competitor, Costumer, Company, Segmentation, Targeting, Positioning, Marketing mix, Branding, Selling*).

³⁹ Andri, Wawancara, Surabaya,..... 17 Januari 2019

Dan bahwasanya Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Jemur Andayani Surabaya telah melakukan yang terbaik dalam memuaskan konsumen atau nasabah lewat prinsip syariah marketing yang sudah di terapkan dalam proses memasarkan atau menawarkan produk atau jasa mereka.