

ABSTRAK

BIBI YOPITA 2018. “Strategi Bersaing Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kota Palopo dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Debitur”, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Dibimbing oleh Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, M.H. dan Dr. Fasiha, M.EI.

Kata Kunci: Strategi, Nasabah Debitur, dan Bank Syariah

Penelitian ini membahas tentang strategi bersaing BSM KCP Kota Palopo dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah debitur. BSM merupakan salah satu bank berbasis syariah di Kota Palopo yang dikenal dengan BSM KCP Kota Palopo. Banyaknya bank-bank yang berdiri di kota palopo baik bank syariah maupun bank konvensional membuat tingkat persaingan yang ketat dan membuat tiap bank resah dan takut akan kehilangan nasabahnya. Berbagai cara yang dilakukan oleh pihak bank untuk menarik perhatian nasabah baik melalui peningkatan sarana dan prasarana, produk, promosi, maupun pelayanan terhadap nasabah. Hal tersebut menjadi tantangan oleh pihak BSM KCP Kota Palopo untuk meningkatkan jumlah nasabah debiturnya melalui strategi-strategi yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami sistem pelayanan, pemasaran dan peningkatan jumlah nasabah debitur melalui strategi bersaing yang dilakukan oleh BSM KCP Kota Palopo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Adapun jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) sistem pelayanan yang dilakukan oleh BSM KCP Kota Palopo yaitu sesuai dengan standar pelayanan yang ditetapkan dimana setiap karyawan harus bersikap sopan dan ramah serta berpakaian rapi dalam melayani nasabah, 2) pemasaran, bentuk pemasaran yang dilakukan adalah dengan cara promosi, sosialisasi, membuat spanduk, pemasangan iklan, personal selling diberbagai daerah bahkan terjun langsung untuk menumui calon nasabah.

Melalui Strategi-strategi bersaing tersebut ternyata menumbuhkan hasil yang positif dimana terjadi peningkatan pada jumlah nasabah debitur dan jumlah nilai pinjaman dari tahun 2016-2017. Pada tahun 2016, nasabah debitur berjumlah 6.652 orang dan pada tahun 2017 mengalami peningkatan menjadi 8.649 orang. Sedangkan nilai pinjaman pada tahun 2016 sebesar Rp. 70.612.000.000 dan pada tahun 2017 nilai pinjaman meningkat sebesar Rp. 101.960.000.000. Peningkatan jumlah nasabah debitur dari tahun 2016-2017 sebesar **16,64%** atau sebanyak **1997** orang. Sedangkan jumlah nilai pinjaman meningkat sebesar **15,6%** atau **Rp. 31.348.000.000**.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejarah dikenalnya asal mula kegiatan perbankan dimulai dari jasa penukaran uang. Oleh karena itu, bank dikenal sebagai tempat menukar uang. Dalam sejarah para pedagang dari berbagai kerajaan melakukan transaksi dengan menukarkan uang, dimana penukaran uang dilakukan antar mata uang kerajaan yang satu dan mata uang kerajaan yang lain. Kegiatan penukaran uang ini sekarang dikenal dengan pedagang valuta asing(*money changer*).

Kemudian dalam perkembangan selanjutnya, kegiatan operasional perbankan bertambah lagi menjadi tempat penitipan uang atau disebut sekarang ini kegiatan simpanan. Kemudian kegiatan perbankan berkembang dengan kegiatan peminjaman uang, yaitu dengan cara uang yang semula disimpan masyarakat, oleh perbankan dipinjamkan kembali kemasyarakat yang membutuhkannya.¹

Perbankan merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran strategis dalam menyelaraskan, menyerasikan serta menyeimbangkan berbagai unsur pembangunan. Peran yang strategis tersebut terutama disebabkan oleh fungsi bank sebagai lembaga yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien, di Indonesia terdapat dua jenis perbankan, yaitu perbankan yang melakukan usaha secara konvensional dan bank yang melakukan usaha secara syariah.

¹Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010).h.15-16.

Bank konvensional dalam masyarakat Indonesia sudah sangat dikenal, yang pada kegiatan usahanya berdasarkan pada pembayaran bunga dan lebih dahulu muncul serta berkembang di Indonesia. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan fungsi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).²

Perbankan syariah dikenal sebagai bank yang tidak menerapkan system bunga seperti bank konvensional lainnya, melainkan bagi hasil, yang tidak saja berdimensi materil belaka tetapi juga dituntut unsur inmaterilnya.³

Kebijakan Pemerintah yang ikut mendorong berkembangnya layanan perbankan syariah membawa konsekuensi pada tingginya tingkat persaingan.⁴ Ditengah-tengah persaingan yang sangat ketat ini, bank diharuskan menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas tinggi pada seluruh unit produk dan jasanya. Produk dan jasa yang ditawarkan ditujukan untuk pemuasan kebutuhan nasabah di dalam seluruh aktivitas keuangannya, untuk memenuhi hal tersebut bank harus secara kreatif menciptakan produk dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhannya.

²Siti Maesyaroh, "Kinerja Bank Syariah Mandiri (BSM) Menggunakan Pendekatan *Maqashid Sharia Index*". (skripsi). Fakultas ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta (2015). h. 1-2.

³Muhammad Firdaus NH dkk, *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2007). h.12

⁴Miss Nurma Wae-useng, "Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Ngaglik Sleman". (skripsi). Fakultas dakwah dan komunikasi. Universitas islam Negeri sunan kalijaga Yogyakarta (2013). h.3.

Namun, sebelum melakukan langkah tersebut bank harus mempunyai strategi yang matang dan unggul untuk menarik masyarakat menjadi nasabahnya.

Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan bank milik pemerintah pertama yang melandaskan operasionalnya dengan prinsip syariah. Secara struktural, BSM berasal dari Bank Susila Bakti (BSB), sebagai salah satu anak perusahaan dilingkup Bank Mandiri (ex BDN), yang kemudian dikonversikan menjadi bank syariah secara penuh. Dalam rangka melancarkan proses konversi menjadi bank syariah, BSM menjalin kerjasama dengan TazkiaInstituse, terutama dalam bidang pelatihan dan pendampingan konversi. Sebagai salah satu bank yang dimiliki oleh Bank Mansiri yang memiliki aset ratusan trilliun dan networking yang sangat luas, BSM memiliki beberapa keunggulan komparatif dibanding pendahulunya.⁵

BSM merupakan salah satu bank syariah di Indonesia yang mendapat perhatian khusus, baik bagi pemerintah maupun masyarakat luas dengan berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan serta kebijakan yang dilakukan. Kehadiran BSM sejak tahun 1999 menjadi salah satu bank syariah terbesar yang membawa angin segar terhadap perekonomian Indonesia. Hal itu tentu menjadi nilai positif tersendiri bagi BSM untuk mempertahankan keunggulan serta berpeluang besar dalam memiliki jumlah nasabah terbanyak.

Bank syariah Mandiri merupakan salah satu bank berbasis syariah di Kota Palopo yang dikenal dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kota

⁵Muhammad Syafi'I Antonio, *Islamic Banking Bank Syariah Dari Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani press, 2011), h. 26-27.

Palopo. Banyaknya bank yang berdiri di Kota Palopo baik Bank syariah maupun Bank konvensional telah membuat tingkat persaingan yang ketat dan membuat tiap bank berlomba-lomba dalam mendapatkan perhatian masyarakat untuk menggunakan jasa atau produk yang ada pada bank tersebut. Persaingan itu tentunya membuat tiap bank resah dan takut akan kehilangan nasabahnya. Didalam menghadapi perkembangan dan kondisi persaingan tersebut dibutuhkan strategi dalam bersaing. Strategi bersaing yang baik dan tepat merupakan kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan suatu bank.

Membahas tentang strategi, BSM KCP Kota Palopo harus memiliki strategi yang baik dan tepat dalam upaya meningkatkan jumlah nasabahnya. Strategi merupakan cara-cara yang dilakukan oleh bank untuk meningkatkan jumlah nasabah. Berbagai cara yang dilakukan oleh bank untuk menarik perhatian nasabah baik melalui peningkatan sarana dan prasarana, produk, promosi maupun pelayanan terhadap nasabah.

Adapun faktor yang berasal dari nasabah dan mempengaruhi nasabah itu sendiri dalam memilih dan menggunakan produk dan jasa bank adalah karena kebutuhan nasabah yang mendesak seperti membutuhkan dana dengan cepat dan mudah untuk keperluan modal usaha atau nasabah ingin memiliki rumah/kendaraan dengan segera namun tidak memiliki dana. BSM KCP Kota Palopo memiliki produk dan jasa yang lengkap sesuai kebutuhan nasabah termasuk produk untuk nasabah yang membutuhkan dan adengan cepat dan mudah atau menjadi fasilitator untuk nasabah yang membutuhkan fasilitas seperti rumah, kendaraan ataupun benda-benda

berharga seperti emas. Namun mengingat bahwa bukan hanya BSM KCP Kota Palopo yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah tersebut melainkan bank-bank lain pun bisa.

Dengan mengetahui bahwa ketatnya persaingan, peneliti ingin mengetahui strategi-strategi apa saja yang diterapkan BSM KCP Kota Palopo dalam menghadapi persaingan tersebut dan meningkatkan jumlah nasabah debitur.

Beranjak dari latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui cara BSM KCP Kota Palopo dalam meningkatkan jumlah nasabah debitur. Maka, dalam penelitian ini peneliti mengangkat topik yang berjudul: **“Strategi Bersaing Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Kota Palopo dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Debitur”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi diatas, maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana sistem pelayanan nasabah yang diterapkan oleh BSM KCP Kota Palopo?
2. Bagaimana pemasaran yang dilakukan BSM KCP Kota Palopo?
3. Bagaimana peningkatan jumlah nasabah debitur melalui strategi bersaing BSM KCP Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memahami sistem pelayanan nasabah yang diterapkan BSM KCP Kota Palopo.
2. Untuk mengetahui dan memahami pemasaran yang dilakukan BSM KCP Kota Palopo.
3. Untuk mengetahui dan memahami peningkatan jumlah nasabah debitur melalui strategi bersaing BSM KCP Kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah pengetahuan tentang strategi bersaing Bank Syariah Mandiri dan memperluas pengetahuan di dunia kerja di dunia perbankan khususnya di BSM.

2. Manfaat Praktis

Memberikan masukan bagi BSM dalam menetapkan strategi bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah debitur dan meraih keunggulan bersaing.

E. Definisi Operasional

1. Strategi

Strategi yaitu rencana berskala besar, bertujuan kemas depan untuk berinteraksi dengan kondisi persaingan demi mencapai tujuan perusahaan. Strategi yaitu program untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pencapaian misi.⁶

⁶Miss Nurma Wae-useng,” *Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Ngaglik Sleman*”. (skripsi). Fakultas dakwah dan komunikasi. Universitas islam Negeri sunan kalijaga Yogyakarta (2013). h. 3.

2. Startegi bersaing

Startegi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan didalam suatu industry, arena fundamental tempat persaingan terjadi. Dimana strategi bersaing ini bertujuan menegakkan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan industri.⁷

3. Nasabah debitur

Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh permbiayaan berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati antara pihak yang bersangkutan yaitu pihak bank dan nasabah.

4. Bank syariah mandiri (BSM)

BSM adalah salah satu lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah yang berlandaskan pada alquran dan hadis. BSM yang dimaksud disini ialah BSM Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Palopo.

⁷Michael E. Porter, *Keunggulan Bersaing, Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, (Cet. I, Jakarta: Binarupa Aksara, 1994). h.1