

STRATEGI BANK SYARIAH DALAM MEMAKSIMALKAN PERTAMBAHAN NASABAH DI KOTA PAREPARE

A. Haerunnisah Azizah¹, Nurhidayatullah Rahma², Rahman Ambo Masse³

¹ Shariah Economic, Postgraduate, Parepare State Islamic Religious Institute

² Shariah Economic, Postgraduate, Parepare State Islamic Religious Institute

³ Faculty Of Economics and Islamic Business, Alauddin State Islamic University, Makassar.

¹haerunnisah17@gmail.com, ²nurhidayatullahrahma@iainpare.ac.id³,
rahman.ambo@yahoo.co.id

Received: 16-01- 2024

Revised: 30-01-2024

Approved: 07-02-2024

ABSTRAK

Artikel ini ditulis untuk memberikan gambaran bagaimana strategi bank syariah dalam memaksimalkan pertumbuhan nasabah. membandingkan bank Syariah dengan bank umum serta perkembangan bank syariah. Sumber data yang penulis gunakan adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan apa yang diteliti melalui observasi, wawancara, dan mempelajari dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian field research atau penelitian lapangan. Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan pada suatu kejadian yang benar benar terjadi. Strategi bank syariah untuk memaksimalkan pertumbuhan nasabah di kota parepare belum terlalu optimal dikarenakan belum banyak melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang bank syariah, sehingga masyarakat masih menyamakan antara bank syariah dengan bank umum (konvensional).

Kata kunci: Bank Syariah, Bank Umum (Konvensional)

PENDAHULUAN

Berdasarkan data statistik perbankan syariah per januari 2018 yang dikeluarkan oleh otoritas jasa keuangan (ojk), pada awal tahun 2018 total aset perbankan syariah sebesar Rp 414.185 miliar. jumlah dan jaringan kantor perbankan syariah juga mengalami perkembangan, dimana pada tahun 1992-1998 hanya ada 1 unit bank syariah, maka pada tahun 2018, jumlah bank syariah di indonesia telah bertambah menjadi 34 unit, yang terdiri dari 13 bank umum syariah dan 21 unit usaha syariah. Dengan jumlah kantor bank umum syariah sebanyak 1.824 kantor dan kantor usaha unit syariah sebanyak 346 kantor yang tersebar di seluruh indonesia. Termasuk di kota parepare, sulawesi selatan terdapat 4 kantor bank syariah kinerja dan kontribusi perbankan syariah terhadap perkembangan industri perbankan di indonesia semakin meningkat.

Kinerja ini semakin nyata ketika badai krisis ekonomi melanda indonesia pada pertengahan juli 1997. Ketika perbankan konvensional banyak yang terpuruk, perbankan syariah relatif dapat bertahan bahkan menunjukkan perkembangan. Hal ini terjadi karena beberapa hal, antara lain: (1) beroperasi atas dasar prinsip syari'ah melalui bagi hasil, tidak beroperasi atas dasar bunga/riba, (2) tidak mengalami negative spread, (3) bertumpu terhadap usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) yang terbukti tangguh dan tahan dalam menghadapi krisis perekonomian nasional. Meskipun UMKM menjanjikan bagi masa depan ekonomi nasional, namun dalam perkembangannya seringkali dihadapkan dengan

persoalan pendanaan. Sehingga kehadiran lembaga keuangan syariah merupakan momentum strategis bagi upaya pembebasan masyarakat pengusaha kecil dari kesulitan pendanaan dalam mengembangkan usaha ekonomi mereka. Bank syariah dituntut untuk lebih giat mengembangkan usahanya, baik dalam sosialisasi, inovasi instrumen, dan produk bank. Pemberian pelayanan yang memuaskan dan memfungsikan bank syariah bukan hanya sekadar sebagai lembaga finansial dan komersial tapi juga lembaga keuangan sosial karena dengan masuknya bank syariah dalam kegiatan sosial akan melahirkan sentimen positif dalam berbagai hal. Hal ini tentunya akan sangat bermanfaat, sebagai langkah awal untuk dapat memformulasi sebuah paket strategi yang komprehensif, baik untuk pengembangan perbankan syariah secara umum maupun bagi masing-masing bank syariah.³ kehadiran lembaga-lembaga perbankan dan keuangan tersebut hendaknya diimbangi dengan tumbuhnya para entrepreneur syariah.

Suatu kemajuan yang cukup menggembirakan menjelang abad XX terjadi kebangkitan umat islam dalam segala aspek. Dalam system, keuangan, berkembang pemikiran pemikiran yang mengarah pada reorientasi system keuangan. Yaitu dalam menghapuskan instrument utamanya yaitu bunga. Usaha tersebut dilakukan demi mencapai kesesuaian dalam melaksanakan prinsip-prinsip ajaran islam yang mengandung dasar-dasar keadilan, kejujuran dan kebijakan. Fenomena perkembangan perbankan syariah dapat memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat, khususnya pengusaha muslim. Dengan adanya bank syariah, mereka bisa bertransaksi dengan bank tanpa khawatir adanya unsur riba. Pertumbuhan entrepreneur di Kota Parepare dapat dilihat dengan perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bahkan Industri Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perdagangan dan Industri Kota Parepare jumlah unit usaha UMKM dari tahun 2016-2018 terus mengalami berkembang tiap tahunnya, hingga pada akhir tahun 2018 tercatat sejumlah 10.839 unit usaha UMKM. ⁴ Dengan melihat besarnya jumlah unit usaha, dimana sebagian besar dari mereka adalah muslim, maka seharusnya semakin banyak pula yang menggunakan produk-produk perbankan syariah untuk pengembangan usahanya. Kenyataan di lapangan menggambarkan kurangnya minat para pengusaha UMKM dalam perbankan syariah yang ada di kota Parepare. Dengan melihat semakin ketatnya persaingan dalam dunia perbankan, maka bank syariah harus memiliki strategi yang tepat untuk memenangkan.

Secara umum setiap konsumen akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan mengambil pembiayaan. Untuk itu bank syariah harus dapat membaca peluang serta dalam hal ini harus memperhatikan strategi Bank Syariah dalam memaksimalkan penambahan nasabah di Kota Parepare.

TELAAH LITERATUR

Penelitian yang pertama dari Juneda yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare” yang dimana hasil penelitiannya dijelaskan bahwa “strategi pemasaran produk pembiayaan bank BNI Syariah meliputi unsur bauran pemasaran 7P yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang/karyawan, fasilitas fisik, dan proses. Namun dari ketujuh unsur tersebut, strategi pemasaran yang paling efektif yang telah dilakukan adalah promosi dengan cara door to door yang bersifat kunjungan kepada nasabah. Strategi pemasaran tersebut sudah sesuai dengan prinsip manajemen Syariah”.

Penelitian yang kedua dari Hardiyanti Tahir yang berjudul “Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank Bni Syariah Parepare” yang dimana hasil penelitiannya bahwa “Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Perencanaan strategi yang dilakukan marketing funding dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah Parepare adalah dengan menentukan tujuan sasaran terlebih dahulu, adapun tujuan sasaran dari marketing funding BNI Syariah Parepare adalah Instansi dan Nasabah perorangan. 2) Implementasi strategi yang dilakukan marketing funding untuk mencapai tujuan sasaran tersebut adalah dengan melakukan sosialisasi ke instansi dan untuk nasabah perorangan dilakukan dengan cara melakukan kunjungan langsung door to door untuk memperkenalkan produk BNI Syariah. 3) Evaluasi strategi yang dilakukan marketing funding di BNI Syariah Parepare adalah dengan meninjau faktor internal dan eksternal, menilai kinerja yang telah dilakukan dengan melihat pencapaian target apakah target tersebut dapat dicapai dan terus mengalami peningkatan atau tidak dan jika tidak tercapai maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan tindakan perbaikan salah satunya yang dilakukan adalah dengan terus meningkatkan produk dan program bank syariah sehingga mampu untuk menarik minat masyarakat”.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode ini dalam artikel ini mencakup beberapa bagian, yaitu jenis penelitian, lokasi penelitian, focus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, tehnik pengumpulan data dan analisis data. Berdasarkan masalahnya, penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan apa yang diteliti melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian field research atau penelitian lapangan. Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan pada suatu kejadian yang benar benar terjadi. Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan. Pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Dengan melakukan pendekatan penelitian studi kasus, penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif mengenai unit-unit social tertentu, yang meliputi individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat. Disamping itu studi kasus juga dapat mengantarkan peneliti memasuki unit-unit sosial terkecil seperti perhimpunan, kelompok, keluarga, sekolah, dan berbagai unit sosial lainnya.

- a. Instrumen Pengumpulan Data Pengumpulan data dalam penelitian studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan kepustakaan: Pertama, dikumpulkan karya buku, tulisan jurnal yang mengenai topik yang sedang diteliti sebagai sebuah data primer. Kemudian dibaca dan ditelusuri karya-karya lain yang dihasilkan mengenai bidang lainnya. Sebab biasanya diantara buku satu dengan buku lainnya mempunyai pembahasan yang memiliki hubungan antara satu dengan yang lainnya sebagai sebuah data primer. Kedua, ditelusuri karya-karya orang lain mengenai topik yang sedang diteliti sebagai sebuah data sekunder.

- b. Setelah melakukan pengumpulan data, maka selanjutnya data akan dianalisis dengan beberapa cara, diantaranya adalah: Interpretasi yaitu upaya tercapainya pemahaman yang benar terhadap fakta data dan gejala. Koherensi: agar pembahasan dapat dipahami secara tepat maka seluruh konsep pembahasan yang didapat dari buku dan jurnal tadi dilihat menurut keselarasannya antara satu pihak dengan pihak lainnya. Heuristika: berdasarkan bahan-bahan baru, metodologi baru, maka peneliti berusaha untuk menemukan sebuah pemahaman baru.

menggunakan pendekatan kualitatif. Sebab sumber data maupun hasil penelitian dalam penelitian kepustakaan (*library research*) berupa deskripsi katakata. Secara umum pendekatan penelitian kualitatif pada studi kepustakaan sama dengan penelitian kualitatif yang lain. Yang menjadi perbedaan hanyalah sumber data atau informasi yang dijadikan sebagai bahan penelitian. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Penulis dalam penelitian ini akan menggali makna dari informasi atau data empirik yang didapat dari buku-buku, hasil laporan penelitian ilmiah atau pun resmi maupun dari literatur yang lain.

Sebagai penelitian kepustakaan, maka sumber data ada dua macam yaitu: Data primer yaitu sumber data penelitian dari referensi-referensi yang dijadikan sumber utama acuan penelitian. Sedangkan Data sekunder adalah data pelengkap yang dapat dikorelasikan dengan data primer, data tersebut sebagai bahan tambahan yang bersal dari sumber tertulis yang terdiri atas sumber buku, majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, disertasi atau tesis, jurnal, dan dokumen resmi.

PEMBAHASAN

Konsep Dasar Bank Syariah

Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank umum sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, termasuk kantor cabang bank asing dan unit usaha syariah yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

Sedangkan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah Yang dimaksud dengan Peraturan Pasal 1 Nomor 13 Undang-undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 berdasarkan hukum Islam. Akad syariah antara bank dengan pihak lain untuk menampung dana dan/atau membiayai usaha atau kegiatan lain yang dianggap perlu. antara lain :

- a. pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*).
- b. pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*).
- c. prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*)
- d. pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau
- e. dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Tujuan Bank Syariah

- a. Muammarah/mengarahkan kegiatan perekonomian umat agar menjalankan aktivitasnya secara Islami Menghindari muammarah khususnya yang berkaitan dengan

operasional perbankan untuk menghindari riba atau jenis usaha/transaksi lain yang mengandung unsur penipuan melakukan.

- b. Menciptakan pemerataan sektor perekonomian dengan pemerataan pendapatan dari kegiatan investasi sehingga tidak terjadi kesenjangan yang besar antara pemilik modal dan pihak yang membutuhkan dana.
- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat, dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar.
- d. Untuk menjaga kestabilan ekonomi moneter, melalui aktifitas bank Islam yang diharapkan mampu menghindari inflasi dan negative-spread akibat penerapan sistem bunga.
- e. Menghindari persaingan tidak sehat antar lembaga keuangan khususnya perbankan dan mengatasi independensi lembaga keuangan dari dampak gejolak mata uang dalam dan luar negeri.

Ciri Bank Syariah

- a. Pembagian hasil dan keuntungan disepakati kedua belah pihak pada saat penandatanganan akad, berupa nisbah bagi hasil berdasarkan besarnya keuntungan. Jumlahnya tidak ketat dan bisa dilakukan secara bebas. Negosiasi dalam rentang yang wajar.
- b. Penggunaan persentase tetap dari jumlah komitmen untuk selalu melakukan pembayaran dihindari, karena persentase tersebut terikat pada sisa hutang meskipun batas komitmen telah berakhir. Sistem persentase memungkinkan biaya bunga yang lebih tinggi
- c. Dalam perjanjian pembiayaan proyek, bank syariah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan. Pembiayaan nominal (pendapatan tetap) pada dasarnya adalah keuntungan dan dengan demikian ditentukan di muka/ Kerugian pada proyek pembiayaan bank baru diketahui setelah proyek selesai.
- d. Adanya Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi operasional bank dari sudut syariah (Hukum Islam).
- e. Ada produk khusus yang tidak tersedia di bank tradisional, yaitu produk yang tidak membiayai beban sosial semata. Produk ini diperuntukkan bagi masyarakat miskin/sangat miskin yang membutuhkan untuk kegiatan keagamaan. Fasilitas ini didanai oleh Zakat, sedekah Infaq dan pendapatan non halal dari transaksi dengan bank konvensional yang telah menetapkan sistem suku bunga.

Struktur Bank Syariah

Bank syariah memiliki struktur yang sama dengan bank konvensional, dalam hal komisaris dan direksi. Akan tetapi terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara bank syariah dan bank konvensional dalam hal keharusan adanya "Dewan Pengawas Syariah pada bank syariah. Dewan Pengawas Syariah inilah yang menjadikan bank syariah memiliki ciri khas tersendiri, dimana fungsi yang diemban yaitu mengawasi operasional bank dan produk-produknya agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Umumnya Dewan Pengawas Syariah berada pada posisi setingkat dengan Dewan Komisaris. Hal ini dimaksudkan dengan tujuan untuk menjamin efektivitas dari setiap pendapat yang diberikan Dewan Pengawas Syariah. Oleh sebab itulah penetapan Dewan

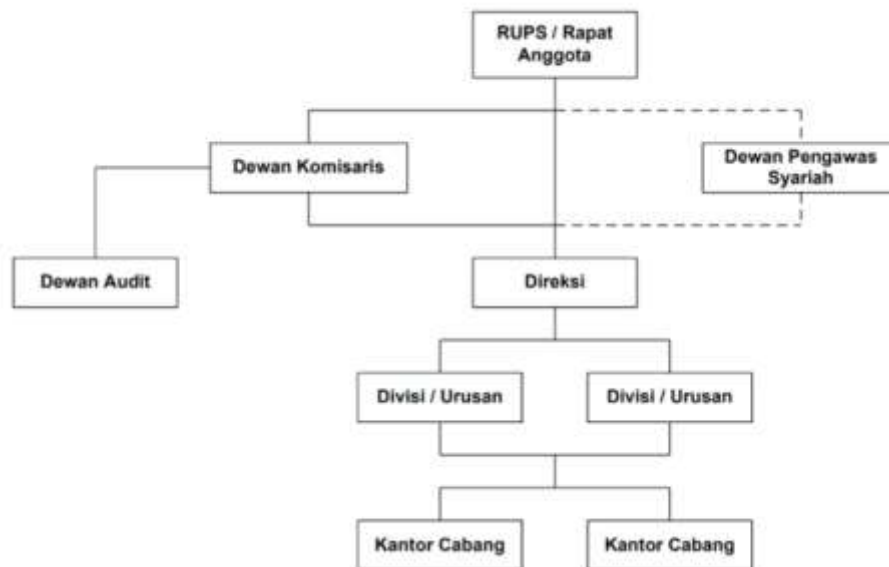
Pengawas Syariah biasanya dilakukan dalam Rapat Umum Pemegang Saham dan tentunya setelah mendapat rekomendasi dari Dewan Syariah Nasional. Dewan Pengawas Syariah harus memiliki keahlian dan pakar terhadap bidang syariah muamalah. Ada beberapa bentuk struktur organisasi yang dapat digunakan dalam perbankan syariah di Indonesia. Diantaranya adalah bank umum syariah dan bank umum konvensional yang membuka kantor cabang syariah.

Sedangkan dalam bank umum konvensional dengan kantor cabang syariah, pada dasarnya merupakan unit yang mempunyai karakteristik kegiatan usaha yang berbeda. Disamping itu juga mempunyai pencatatan dan pembukuan yang terpisah dapat digunakan dalam perbankan syariah di Indonesia. Diantaranya adalah bank umum syariah dan bank umum konvensional yang membuka kantor cabang syariah.

Sedangkan dalam bank umum konvensional dengan kantor cabang syariah pada dasarnya merupakan unit yang mempunyai karakteristik kegiatan usaha yang berbeda. Disamping itu juga mempunyai pencatatan dan pembukuan yang terpisah dari kantor konvensional. Unit tersebut biasanya berada di kantor pusat yang dipimpin oleh seorang anggota direksi atau pejabat satu tingkat dibawah direksi.

Adapun secara umum tugas unit usaha syariah (UUS) mencakup:

1. Mengatur dan mengawasi seluruh kegiatan kantor cabang syariah
2. Melaksanakan fungsi treasury dalam rangka pengelolaan dan penempatan dana yang bersumber dari kantor-kantor cabang syariah
3. Menyusun laporan keuangan konsolidasi seluruh cabang syariah
4. Melaksanakan tugas penata-usahaan laporan keuangan kantor-kantor cabang syariah



Gambar 1
Struktur Organisasi Bank Syariah

Perbankan syariah dapat didirikan dengan dorongan dari berbagai sumber pihak terkait, dimulai dari gugatannya yang panjang OKI di Karachi, kemudian sampai saat ini sudah mengalami kemajuan cepat. Dengan adanya bank syariah saat ini, pihak-pihak yang turut serta cocok untuk mendorong pembangunan bangsa dan perekonomian menjadi perhatian berbagai kalangan terlepas dari peran sentral bank syariah. Untuk keberadaan Bank syariah kini diatur dengan peraturan berbeda. Yaitu:

a. Aspek Legal

1. Berdasarkan kepada Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992, yang kemudian diubah kedalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yakni tentang Perbankan berisi tentang dual banking sistem dan dual sistem bank.
2. Berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999, kemudian diubah kedalam Undang-Undang Nomor 6 tahun 2009 yakni tentang Bank Indonesia dan bank syariah.
3. Berdasarkan kepada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, yakni tentang Perbankan Syariah: Perizinan dan pengaturan, Pembinaan, pengawasan dan pemeriksaan, Penyelesaian persengketaan, serta Pembentukan Komite Perbankan Syariah,

4. Pasar Domestik

Indonesia merupakan negara dengan penduduk yang cukup besar bahkan masuk ke dalam urutan teratas di dunia. Dengan potensi pasar yang besar hal tersebut menjadikan potensi keuangan di Indonesia juga akan semakin diminati, karena kehidupan manusia tidak lepas dari kegiatan ekonomi. Kemudian dalam hal budaya, masyarakat Indonesia memiliki karakter nilai gotong royong yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan berbagai potensi ekonomi yang ada. Jumlah penduduk Indonesia sendiri tercatat lebih dari 200 juta jiwa, dengan agama mayoritas Islam. Modal inilah yang dapat dimanfaatkan oleh pengembang dalam hal ini perbankan syariah untuk memperluas pasar yang ada.

5. Pasar Global

Sedikit berbeda dengan posisi perbankan syariah di Indonesia yang dihuni dengan mayoritas masyarakat berlatar belakang agama. Di dunia terdapat sekitar 1,3 miliar jiwa dengan agama Islam, atau sekitar 20% dari jumlah populasi penduduk bumi. Jika dapat terus melebarkan sayap, maka akan menjadi hal yang menggembirakan bagi dunia perbankan syariah internasional. Bahkan, negara-negara non muslim seperti Inggris dan negara Eropa lainnya menerapkan sistem keuangan syariah dalam operasionalnya

b. Aspek potensi dan prospek

Industri perbankan syariah berusia sekitar 19 tahun sedang berlangsung, awalnya Rp. 1 triliun lebih, kemudian pada tahun 2008 naik menjadi nilai nominal Rp. 49 triliun lebih per tahun. Dana atau dihitung berdasarkan tingkat pertumbuhan sekitar 46,3% per tahun. Pada saat yang sama di pasar keuangan global Posisi Indonesia lebih tinggi secara ekonomi syariah global, sekitar 15-20%.⁵⁶ Sebagai perbandingan keberadaan lembaga keuangan syariah di Indonesia dengan negara lain, Anda dapat yakin dengan kepentingan Anda Masyarakat Indonesia lebih tinggi. Hal ini juga didukung dengan lahirnya beberapa bentuk baru perbankan berbasis syariah seperti BMT, BPRS dan Koperasi Syariah.

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Sistem Bagi Hasil

- a. Penentuan besarnya risiko dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
- b. Besarnya rasio bagi hasil didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
- c. Jumlah pembagian bagi hasil meningkat sesuai kenaikan jumlah keuntungan.
- d. Tidak ada yang meragukan keuntungan bagi-hasil.
- e. Kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua pihak terkait.

Sistem Bunga

- a. Penentuan dibuat pada waktu akad atas dasar proyeksi selalu untung.
- b. Besarnya bunga tergantung pada jumlah modal yang dipinjam.
- c. Besarnya bunga tidak terkait dengan tingkat keuntungan usaha.
- d. Eksistensi bunga diragukan oleh semua agama termasuk Islam.
- e. Bunga tetap dibayar meskipun usaha dalam keadaan rugi.

Akad (Perjanjian) disesuaikan dengan Prinsip Syariah yang Dipakai

Misalnya, produk tabungan dapat saja menggunakan prinsip Mudharabah (tidak dapat ditarik kembali untuk jangka waktu tertentu dan pendapatan dalam bentuk bagi hasil) atau menggunakan prinsip Wadiah (tabungan yang dapat ditarik sewaktu-waktu dan penabung hanya mendapatkan bonus yang sifatnya tidak mengikat).

Produk yang Dihasilkan

Produk Bank Syariah cukup luas bahkan ada produk yang tidak lazim diterapkan pada bank konvensional, misalnya Gadai (Rahn) dan Sewa/Leasing (Ijarah).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa dalam pelayanan dan produk dengan penerapan prinsip perbankan konvensional dan perbankan syariah, nampaknya keduanya memberikan keuntungan yang sama pada pemilik modal, dimana sistem bunga pada bank konvensional dan sistem bagi hasil pada bank syariah mempunyai perbedaan yang penting, perbedaannya adalah: pada dasarnya bunga yang merupakan instrumen utama perbankan konvensional dan sistem bagi hasil yang merupakan instrumen perbankan syariah secara fundamental dan teknis merupakan dua hal yang berbeda. Perbedaan utamanya terletak pada landasan filosofis yang dianutnya.

Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dalam seluruh operasionalnya dan tidak mengenal sistem bunga, sedangkan bank konvensional mengenal sistem bunga dan tidak menerapkan sistem bagi hasil. Dari perspektif fungsionalnya, Uang yang dititipkan nasabah kepada bank syariah dapat berupa: simpanan sementara atau investasi sedangkan pada bank konvensional dalam bentuk deposito yang jelas-jelas berusaha mengumpulkan uang. Dari segi tanggungjawabnya, Bank syariah juga wajib mengeluarkan zakat dan mengelolanya, sedangkan bank konvensional tidak menghitung zakat.

Pengembangan Bank Syariah

Rencana untuk memperkenalkan beberapa bentuk perbankan syariah di Indonesia. Ini dimulai sekitar tahun 1970. Perdebatan ini lahir pada tahun 1970 Seminar Nasional Hubungan Indonesia-Timur Tengah diselenggarakan oleh Institut Ilmu Sosial (LSIK) bekerja sama dengan Yayasan Bhineka Tunggal Ika. di dalam Perjalanan di masa awal perbankan syariah terhambat dengan aturan yang tidak jelas. Pertama, konstitusi melarang

hal tersebut Undang-undang perbankan yang berlaku saat itu adalah UU No.14/1967. Dari yang kedua Konsep negara Islam mempunyai pengaruh yang kuat terhadap sisi ideologi perbankan syariah dan dukungan pemerintah sulit didapat. Ketiga, masalah belum jelas siapa yang akan menginvestasikan modalnya di masa depan di bank syariah.

Setelah tahun itu, perbincangan mengenai kemunculan bank syariah memudar sebelum akhirnya muncul kembali pada tahun 1988, sungguh menggembirakan saat itu dengan adanya kebijakan bulan Oktober (Pakta) tentang liberalisasi industri bank yang diterbitkan oleh pemerintah. Saat itu, para pendiri bank syariah yang diinginkan sebagian besar ulama Pendirian bank dengan bunga 0%. Saat saran itu muncul kembang baak penjelajah, lalu Cisarua, Bogor 19-22 Agustus 1990, barulah para pendiri berdiskusi lebih lanjut dilanjutkan pada Musyawarah Nasional (Munas) Keempat Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada bulan Agustus 1990, kemudian dibentuk kelompok kerja. mendirikan bank syariah di Indonesia.

Setelah tahun 1990, Bank Muamalat menjadi bank berbasis syariah pertama di Indonesia yang berhasil didirikan sebelumnya Pada tahun 1992, disahkan Undang-Undang Nomor 7 yang mengatur mendirikan bank yang sepenuhnya sesuai syariah. BMI Hal ini pada akhirnya merupakan dampak dari terbentuknya Kelompok Kerja Perbankan MUI. Resminya piagam PT Bank Muamalat Indonesia Pada tanggal 1 November 1991, dengan saham Rp. 8 miliar. Kemudian pada tanggal 3 November 1991, pada pertemuan di Istana Bogor dipilih sebagai lokasi, modal awal disepakati Rp. NOK106.126.382.000. Dana dikumpulkan dan berasal dari presiden dan wakil presiden, sepuluh menteri kabinet pembangunan V, Supersemar, Yayasan Dakab, PT PAL, Dana Amal Islam Pancasila, Dharmais, PT Pindad dan Purna Bhakti Pertiwi.

Berdasarkan undang-undang ini, setiap sistem perbankan syariah dikembangkan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Tujuannya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan yang tidak menerima konsep bunga. Aplikasi sistem perbankan syariah, yang beroperasi secara paralel dengan sistem perbankan mobilitas dana publik ini biasanya dapat dilaksanakan terutama dari segmen yang tidak terpengaruh oleh sistem perbankan tradisional memperkenalkan sistem suku bunga
- b. Tujuannya untuk membuka kemungkinan pembiayaan pembangunan usaha berdasarkan prinsip kemitraan.
- c. Pendanaan menyasar dunia usaha yang lebih memperhatikan unsur moral.

Implementasi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Perubahan Undang-Undang Perbankan No.7 Tahun 1992 diikuti dengan penerbitan beberapa kebijakan peraturan pelaksanaan berupa Direksi BI dan#039; Regulasi/Regulasi Perbankan Menciptakan landasan hukum yang lebih kuat bagi Indonesia perkembangan perbankan syariah di Indonesia. peraturan ini memberikan peluang yang luas untuk mengembangkan jaringan 31 Perbankan syariah melalui pembukaan afiliasi syariah (KCS) bank konvensional. Bank komersial juga dikelola oleh dua orang baik bisnis konvensional maupun bisnis prinsip syariah Berdasarkan UU No. 21. 2008, 16. Juli 2008, sehubungan dengan perbankan syariah diterima yang memberikan landasan UU Perbankan Syariah Nasional dan kiranya mendorong pengembangan bank syariah selama lima tahun akhirnya melampaui asetnya (dan 5% per tahun, tetapi pasar (pangsa pasar) masih dibawah 5% secara nasional.

Konstitusi Ini secara khusus mengatur perbankan syariah untuk keduanya institusi dan perusahaan.

Pengertian uang dalam perspektif syariah adalah bukan suatu akomodasi, melainkan sarana untuk mencapai pertumbuhan tingkat ekonomi. Oleh karena itu, hal ini merupakan sebuah kontradiksi dimana Konsep “uang” dalam perbankan berbasis bunga semakin berkembang menumbuhkan uang”, jadi tidak masalah jika uang itu dibelanjakan dalam produksi atau tidak. Digunakan untuk membuat keuntungan, uang harus dikaitkan dengan bisnis inti (kegiatan ekonomi primer), baik transaksi komersial bisnis langsung atau tidak langsung bagian utamanya adalah melakukan salah satu atau semuanya transaksi ini.

Terdapat beberapa jenis sumber dana pada bank syariah, adapun penjelasnya sebagai berikut:

a. Aset

Aset adalah sesuatu yang dapat membawa manfaat bagi perekonomian. Aset hanya dapat dilaksanakan oleh bank syariah berdasarkan transaksi sebelumnya. Aset memiliki karakteristik yang dapat diukur secara finansial dengan tingkat keandalan yang wajar. Tidak disarankan untuk menggunakan harta yang berkaitan dengan kewajiban yang tidak terukur atau hak saham yang dimiliki oleh pihak lain, dan bank syariah harus memperoleh hak untuk menggunakan harta tersebut atau mengendalikan penggunaan harta tersebut.

b. Liabilitas

Liabilitas merupakan suatu kewajiban untuk memindahkan suatu asset yang kemudian meneruskan kembali kepada penggunaannya. Liabilitas harus memenuhi karakter sebagai berikut: a. Lialibilitas dalam Bank Islam islam tidak di perkenankan saling bergantung satu sama lain dan harus memiliki loyalitas kewajiban yang tinggi terhadap pihak lain. b. Lialibilitas dalam kewajiban bank islam harus dapat diukur pada tingkat keuangannya dengan tingkat reliabilitas pada tahap sewajarnya, kemudian juga harus dapat dipenuhi melalui pemindahan satu atau lebih aset kepada pihak lain, serta dapat meneruskan kepada pihak lain mengenai penggunaan aset bank islam untuk lanjutan satu periode.

c. Saham pemilik

Jumlah saham yang dimiliki merupakan sisa jumlah aktiva pada tanggal neraca. Dimana Bank syariah sudah mengurangi utangnya. adanya pemegang saham yang tidak dibatasi penggunaannya dan dapat dikatakan sederajat dengannya. Tidak termasuk penghasilan yang tidak halal atau terlarang. Dalam kasus seperti itu, hal ini disebut “sisa kepentingan pemilik”. berarti referensi ke saham pemilik.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa sumber dana bank syariah terdiri dari:

a. Modal Inti (*core capital*).

b. Kuasi ekuitas (*mudharabah account*).

c. Titipan (*wadiah*) atau simpanan tanpa imbalan (*non remunerated deposit*).

d. Bagi hasil atas kontrak mudharabah dan kontrak musyarakah.

e. Keuntungan atas kontrak jual-beli (*al bai'*)

- f. Hasil sewa atas kontrak ijarah dan ijarah wa iqtina.
- g. Biaya administrasi atas jasa-jasa lainnya.

Strategi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank Syariah Parepare

Strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud. Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Pengertian lain mengatakan Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang tertealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (formulation) yang di ikuti oleh pelaksanaan (implementation).

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran dari suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan atau sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Strategi pemasaran terfokus pada mencari dan memberi kepada pelanggan superior, serta memiliki nilai yang berbeda untuk mengembangkan bisnis. Strategi pemasaran juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan, karena penjualan merupakan ujung tombak dari strategi yang diterapkan di sebuah perusahaan. Strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan dan internal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Selain itu strategi yang telah dijalankan harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan kondisi saat ini.

Faktor lingkungan yang dianalisa dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau hambatan bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Khusus dalam bidang pemasaran, faktor lingkungan atau eksternal adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan. Sedangkan faktor internal dalam bidang pemasaran adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan umumnya dan pimpinan pemasaran khususnya, yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi dan pelayanan.

Kotler menyebutkan bahwa konsep bauran pemasaran terdiri dari empat P (4P), yaitu: Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi). Sedangkan menurut Boom dan Bitner yang dikutip oleh Buchari Alma menambahkan dalam bisnis jasa, yaitu: People (orang), Physical evidence (fasilitas fisik), Process (proses). Dari penjelasan tadi dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan konsep bauran pemasaran untuk produksi jasa jika digabungkan menjadi 7P, yaitu: Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi), People (orang), Physical evidence (fasilitas fisik), Process (proses). Adapun penjelasan 7P menurut Kotler dan Amstrong adalah sebagai berikut:

1) Product (produk)

Menurut pendapat Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Sedangkan menurut Ikatan Bankir Indonesia menjelaskan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat, baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk tersebut, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, seperti dengan cara pembelian menggunakan uang.

Dalam bauran pemasaran, produk merupakan unsur yang paling penting karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.

Rasulullah saw. dalam usaha perdagangannya selalu memberikan contoh untuk memisahkan barang yang bagus dengan barang yang buruk, karena beliau tidak ingin merugikan dan mengecewakan pelanggannya, sehingga dapat menghilangkan kepercayaan pelanggan tersebut. Seperti klasifikasi produk Rasulullah yaitu barang yang bagus dijual dengan harga yang mahal dan barang yang kualitasnya lebih rendah dijual dengan harga yang lebih rendah.

2) Price (Harga)

Harga adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan bagian lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk bisa disesuaikan pada fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik, dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar. Harga sangat penting untuk diperhatikan, karena harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.

3) Place (tempat)

Lokasi adalah tempat di mana diperjualbelikan produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Lokasi pada produk dan jasa bank lebih didominasi jaringan kantor meski didukung oleh ATM, internet banking, phone banking, mobile banking, mobile branch, serta lewat pihak ketiga seperti kantor pos. Fungsi kantor masih menjadi contact point di beberapa Negara maju yang telah memanfaatkan sumber daya teknologi informasi. Dalam menentukan lokasi kantor, ATM, dan CDM harus berada di titik keramaian, seperti perumahan, perkantoran, kawasan industri, pusat perbelanjaan, dan kawasan pendidikan.

4) Promotion (Promosi)

Promosi merupakan satu upaya untuk menawarkan barang dagangan kepada calon pembeli. Kegiatan promosi produk dan jasa bank lebih baik dilakukan lewat media massa cetak dan audiovisual, seperti: majalah, surat kabar, dan televisi. Promosikanlah barang atau produk dengan cara yang paling tepat, sehingga dapat menarik minat calon pembeli. Faktor tempat dan cara menawarkan produk harus disajikan dengan cara yang menarik juga

5) People (orang)

Orang merupakan asset utama dalam industri jasa, yang merupakan karyawan dengan performance tinggi. Orang adalah seseorang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan memengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan, dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan.

Dalam praktik perbankan melalui face to face kepada nasabah, maka karyawan harus menunjukkan penampilan yang ramah dan menarik serta memiliki kapasitas TASK (Talent, Attitude, Skill, and Knowledge). Setiap bank syariah harus memiliki motif berkiprah untuk ibadah dalam rangka berdakwah, menguasai operasional perbankan, memahami prinsip syariah yang menjadi fundamental bisnis

6) Physical Evidence (bukti fisik)

Salah satu unsur yang paling penting dalam menawarkan produk perusahaan adalah dengan menawarkan bukti fisik dari karakteristik barang atau produk. Bukti fisik ini memiliki karakteristik yang menjadi persyaratan bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Bukti fisik setiap titik kontrak harus bagus, menarik, nyaman, dan aman sehingga nasabah atau orang yang berkunjung merasa seperti rumah sendiri, dengan dukungan dekorasi, layout ruangan, aroma ruangan, dan kenyamanan ruangan.

7) Process (proses)

Proses berjalannya bisnis harus efektif dan efisien, Karena sangat berpengaruh terhadap produktivitas dan penghematan biaya. Proses di sini berkaitan dengan proses berjalannya pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Proses yang dijalankan sangat terkait dengan standard of result yang dijanjikan kepada nasabah, standard of process, dan standard of behavior yang dijadikan acuan praktik.

KESIMPULAN

Pada hakikatnya, transaksi atau aktifitas bank Syariah tidak banyak beda dengan apa yang dilakukan bank konvensional. Perbedaan pokok antara perbankan Syariah dengan perbankan konvensional adalah konsep yang diletakkan sebagai dasar operasional bank. Dengan demikian, setiap orang atau siapa saja yang tidak menghendaki bunga dan menginginkan bagi hasil dapat menggunakan Bank Syariah sebagai sarannya. Jadi, bank Syariah bukan hanya untuk umat Muslim saja melainkan hanya suatu konsep keuangan/perbankan yang dilandaskan pada hukum (syariat) Islam.

Selain itu, strategi yang telah digunakan perbankan syariah dalam proses pertumbuhan nasabah sudah menggunakan aspek 7 P yakni produk, harga, tempat, promosi, orang/karyawan, fasilitas fisik, dan proses sudah berjalan baik dan diharapkan pula dukungan pemerintah yang semakin nyata dalam pengembangan perbankan Syariah di Indonesia, karena perbankan syariah yang berkembang dengan baik dan pesat akan memberikan kontribusi positif yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Terutama disebabkan bank Syariah dalam operasinya tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga ditujukan untuk kemaslahatan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Statistik Perbankan Syariah - Januari 2018
perbankansyariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah
- Muhammad, 2005 Bank Syariah: Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia,
(Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Anshori, Abdul Ghofur, 2018 “Perbankan Syariah Di Indonesia” Gajah Mada University
Press.
- Rahman Ambo, I,el 2019 Eksekusi Hak Tanggungan dalam prinsip ekonomi Syaria. Lan
Tabur:Jurnal Ekonomi syariah, .
- Ismail, 2017, “Perbankan Syariah” Kharisma Putra Utama;Kencana.
- Putri,Annastasya Meisa, 2020“ Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah
dengan perbankan Konvensional 2015-2019”
- Solihin Fauzi, 2001 “Bank Syariah sebagai Lembaga keuangan umum,Binus University.
- Rasyad Rinayanti, 2013 “Perbankan Syariah dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”
Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Dedy Syaifuddin, “Manajemen Perbankan”, (Kendari: Unhalu Press:2019).
- Makhalul Ilmi, Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah, (Yogyakarta: UII Press, 2001.
Lihat, Semaun, S. (2019). Determinan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan
Usi Usmara, Pemikiran Kreatif Pemasaran, (Yogyakarta: Amara Book, 2008)
- Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015)
- Boom, Bitner yang dikutip oleh Buchari Alma. 2002, Bauran Pemasaran, Diakses Philip
Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, Terjemahan
Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2012
- Kasmir, Pemasaran Bank..., h. 122.. 21Mokh. Syaiful Bakhri dan Abdussalam, Sukses
Berbisnis ala Rasulullah saw..., (Jakarta: Erlangga, 2012
- Mokh. Syaiful Bakhri dan Abdussalam, Sukses Berbisnis ala Rasulullah saw..., (Jakarta:
Erlangga, 2012)
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/17054/3/Chapter%20II.pdf>,
pada 1 Juli 2019.