

## STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PRODUK MULTIGUNA PASCA MERGER DI BSI MENTENG JAKARTA PUSAT

<sup>1</sup>Wiwik Hasbiyah AN, <sup>2</sup>Khotimatus Sa'diyah, <sup>3</sup>Zaldy Suhatman

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
E-mail: dosen00968@unpam.ac.id, dosen02232@unpam.ac.id, zaldy@unpam.ac.id

### ABSTRACT

*An in-depth analysis of the analysis of the Islamic marketing strategy for post-merger multipurpose credit products at BSI Menteng, Central Jakarta is based on the condition of Islamic banks in Indonesia which are still lagging behind, namely they are still ranked 14th for Islamic banks in the world and rank 7th for the largest banks in Indonesia, which means that there is still a need for research support to strengthen resilience in competition for national and international market shares. collection of funds) with Wadi'ah and Mudharabah Muthalaqah agreements. 2) The Landing Scheme (distribution of funds) uses Murabahah, Ijarah, Mudharabah, and Musyarakah Contracts. As for sharia loans, use Mudharabah, Musyarakah and Muzara'ah. Marketing technology uses social and electronic media. To get customers, several strategies are carried out in the form of: market development and improvement in product aspects, service quality, effective promotion and dissemination of Islamic bank products, and collaboration with other institutions. Referring to the SWOT, BSI is in a Growth and Build position with an aggressive strategy. Where this position, market development, products and market penetration really support BSI to be accepted by society and business people. In facing the challenges of competition in the banking world and the opportunities that are still large, aggressive strategies, cost advantages and differentiation are effective to use.*

**Keywords :** Sharia Marketing, Contracts, Multipurpose Products, Indonesian Islamic Bank

### ABSTRAK

Pendalaman tentang analisis strategi pemasaran syariah produk kredit multiguna pasca merger di BSI menteng Jakarta Pusat didasari pada kondisi bank syariah di Indonesia yang masih tertinggal yakni masih menempati peringkat 14 bank syariah di dunia dan urutan ke 7 bank terbesar di Indonesia yang berarti masih perlu adanya dukungan pengkajian guna memperkuat ketahanan dalam persaingan pangsa pasar nasional dan internasional. Teknik penelitian ini yakni kualitatif lapangan berupa wawancara kepada pimpinan BSI KCP Jakarta Menteng dengan cara metode deskriptif analisis melalui data primer dan skunder. Adapun hasilnya adalah: Kesepakatan pada BSI menggunakan 1) Skema Funding (penghimpunan dana) dengan akad Wadi'ah serta Mudharabah Muthalaqah. 2) Skema Landing (penyaluran dana) menggunakan Akad Murabahah, Ijarah, Mudharabah, dan Musyarakah. Adapun untuk pinjaman syariah menggunakan Mudharabah, Musyarakah dan Muzara'ah. Teknologi pemasaran menggunakan media social dan elektronik. Untuk mendapatkan customer beberapa strategi yang dilakukan berupa: pengembangan pasar dan peningkatan di aspek produk, mutu pelayanan, promosi dan sosialisasi produk-produk bank syariah secara efektif, serta jalinan kerjasama dengan lembaga lainnya. Merujuk pada SWOT BSI berada di posisi Growth and Build dengan strategi agresif. Dimana posisi ini, pengembangan pasar, produk dan penetrasi pasar sangat mendukung BSI untuk dapat diterima masyarakat maupun para pelaku bisnis. Dalam menghadapi tantangan persaingan dunia perbankan dan peluang yang masih besar, maka strategi agresif, keunggulan biaya dan diferensiasi efektif untuk digunakan.

**Kata Kunci:** Pemasaran Syariah, Akad, Produk Multiguna, Bank Syariah Indonesia

### PENDAHULUAN

Kegiatan perbankan di Indonesia didukung oleh negara yang tertulis pada UU UU Nomor 21 tahun 2008 yang menjelaskan tentang perbankan syariah baik definisi, sistem, prinsip syariah yang digunakan. Perbankan sendiri mempunyai peranan strategis dalam

kegiatan ekonomi, hal tersebut karena fungsi perbankan sebagai *finansial intermediary*, yaitu sebagai lembaga penghubung dana masyarakat baik tempat penyimpanan maupun penyaluran dana yang efektif.

Keberadaan perbankan syariah menjadi tanda perkembangan ekonomi islam dibidang keuangan. Di Indonesia, lahirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BRIS) di 1 Februari 2021, yang merupakan gabungan dari BRI syariah, Mandiri syariah, dan BNI syariah diharapkan dapat mempercepat perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang dapat mendongkrak pembangunan ekonomi syariah di Indonesia. Namun faktanya, keberadaan keuangan syariah di Indonesia masih jauh tertinggal dengan negara yang penduduk muslimnya lebih sedikit dari Indonesia. dalam laporan berita CNBC yang terbit pada 10 Maret 2023 memberitakan BSI yang masih menempati peringkat ke 14 bank syariah di dunia dan saat diurutkan ke 7 bank terbesar di Indonesia yang berarti potensi ekonomi bank syariah di Indonesia masih harus didukung dan dibangkitkan agar bisa meningkatkan ketahanan dalam persaingan dunia perbankan.



Gambar 1. Perkembangan Perbankan Syariah

Pada Snapshot dari OJK tentang Bank Syariah di Indonesia dari tahun 2017 s.d 2020 disebutkan walaupun perbankan syariah mengalami perkembangan, namun Market Share bank syariah masih dibawah bank-bank konvensional. Data grafik diatas menunjukkan market share Perbankan Syariah berada di 6.18%, dan sisanya sebanyak 93.82% dimiliki oleh Bank Konvensional. Disisi lain, hasil survei OJK di tahun 2019 menunjukkan inklusi keuangan perbankan syariah berada di 9,10 persen Artinya, dari 100 orang di Indonesia, hanya 9-10 orang yang mempergunakan layanan perbankan syariah. Hal ini berarti, baru sekitar 24-25 juta orang saja yang telah menjadi nasabah bank syariah, untuk itu adanya BSI diharapkan menjadikan inklusi keuangan syariah Indonesia menjadi meningkat.

Salah satu produk perbankan yang sedang diminati saat ini adalah *Kredit multiguna* atau KMG. KMG diartikan sebagai pembiayaan pengadaan jasa/barang bagi nasabah yang digunakan untuk kebutuhan konsumsi(bukan usaha). Dengan pertumbuhan ekonomi yang setiap tahun meningkat, maka secara tidak langsung kebutuhan akan permodalan yang cepat dan fleksibel pun ikut meningkat dan pada akhirnya semakin banyak lembaga keuangan yang menawarkan produk KMG termasuk juga pada perbankan syariah, hal ini dikarenakan kesadaran masyarakat akan prinsip perbankan yang dilandasi oleh syariah islam pada produk KMG meningkat.

Dalam mensosialisasikan produk bank syariah, strategi pemasaran memiliki peranan yang penting, dimana strategi tersebut setidaknya mampu menjelaskan kepada halyak segala hal tentang produk dan keuntungan sehingga bisa menagkap peluang kesempatan atau peluang pangsa pasar. Melihat keadaan tersebut, maka bagaimana penggunaan strategi yang tepat guna mencapai tujuan bank syariah dalam menarik konsumen di ibu kota Jakarta. BSI cabang Menteng menjadi tempat observasi penelitian yang membahas “Strategi Pemasaran Syariah Produk Multiguna Pasca Merger di BSI Menteng Jakarta Pusat”.

## **METODE**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Observasi di lakukan di BSI cabang Menteng (jalan Blora No.34-35, JakPus/021-3900056). Waktu penelitian pada bulan September 2022 Sampai bulan Mei 2023.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini mempergunakan metode deskriptif analisis melalui data primer dan sekunder dengan tahapan:

1. *Interview* dengan mewawancarai Pimpinan atau manejer bank tersebut. Data wawancara diolah dengan menambahkan teori-teori yang berhubungan dengan hasil wawancara sehingga data yang ada tersebut dengan indikator pencapaian bisa di buat acuan SWOT. Melalui hasil analisis SWOT tersebut diharapkan perusahaan dapat mengetahui strategi yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan.
2. Observasi. Dengan melakukan survey lapangan secara langsung pada bank BSI dan juga Survie pada produk yang diteliti apa sesuai dengan fenomena data yang telah dikumpulkan. Observasi kami dengan indikator pencapaian bahwa produk produk yang diteliti itu secara strategi pemasaran apa sudah mencapai target perusahaan dalam penjualanya dan bagaimana tanggapan konsumen tentang produk tersebut, apa kekurangannya atau kelebihan sebagai acuan perbaikan pelayanan terhadap konsumen agar konsumen merasa terpuaskan yang akan membuat kredibilitas perusahaan bagus dan juga konsumen akan mengajak konsumen konsumen yang lain untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut. Guna mencapai kebutuhan konsumen tersebut, observasi sangatlah diperlukan agar data yang peroleh valid sesuai fenomena yang ada.
3. Dokumentasi. Penempatan sosialisasi lewat media massa yang telah terpublish menjadi salah satu sumber refrensi dalam penyusunan penelitian agar bisa sebagai bukti bahwa penelitian yang dilakukan valid dan data yang ada (gambar/foto/informasi/dokument) sesuai dengan fenomena yang ada antara fakta dilapangan dengan informasi yang diberitakan perusahaan.

### **Pengolahan dan Analisis Data**

Pengelolaan data dengan mengolah semua kegiatan penelitian, merapikan hasil pengumpulan data di lapangan sehingga dapat di analisa dan dideskripsikan dalam penulisan. Tehnik Olah data yang menggunakan kualitatif deskriptif yaitu dengan mendekripsikan data yang sudah didapatkan dan ditunjang dengan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian. Analisa data sebagai tindak lanjut proses Pengelolaan

data merupakan analisis kualitatif dengan menggunakan pedoman wawancara dan pengamatan. Dengan tahapannya meliputi:

1. Menentukan ruang lingkup penelitian: (tempat penelitian, waktu penelitian, data penelitian, sifat penelitian).
2. Metode pengumpulan data: Pengolahan data primer dan sekunder. Data primer berupa hasil wawancara langsung kepada pimpinan bank BSI menteng, data sekunder diperoleh dari media massa dan jurnal penelitian yang kemudian diobservasi, dan Mendokumentasikan semua data data penelitian.
3. Metode analisis data: (secara kualitatif dengan data yang diperoleh, dilakukan klasifikasi yang kemudian dianalisis yang dicocokkan berdasarkan teori sehingga dapat disimpulkan dan dideskripsikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perkembangan KUR pada Bank BSI

Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa program pinjaman, satu diantaranya adalah program KUR, KUR pada BSI dikategorikan menjadi 3 yaitu KUR Super Mikro, KUR Mikro dan Kur Kecil. Tujuan penyaluran KUR BSI dilandasi akan pemenuhan kebutuhan masyarakat pada modal kerja maupun Investasi. Limit yang diberikan pada program KUR cukup bervariasi, untuk Super Mikro berlimit 1-10 juta dengan tenor 3 tahun(modal kerja) dan 5 tahun( investasi).KUR Mikro berlimit lebih dari 10 juta dengan tenor 3 tahun(modal kerja) dan 5 tahun( investasi), dan KUR Kecil berlimit 50-200 juta dengan tenor 4 tahun(modal kerja) dan 5 tahun( investasi). Akad perjanjian pada KUR yaitu pada KUR Super Mikro dan KUR Mikro menggunakan akad Murabahah dan Ijarah, dan pada KUR Kecil menggunakan Ijarah, Murabahah dan MMQ.

Beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam pengajuan KUR diantaranya: Penerima memiliki usaha produktif, memiliki E-KTP dan KK, dokumen status perkawinan, memiliki NPWP,hal penting lainnya adalah memiliki riwayat pembiayaan yang baik pada Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK). Selain jika dibandingkan dengan produk pembiayaan lain yang ada di BSI, KUR memiliki margin terendah yaitu sebesar 6% per tahun. Adapun tabel Angsuran KUR di Bank Syariah Indonesia, adalah di bawah ini:

**TABEL ANGSURAN PEMBIAYAAN BSI MITRAGUNA**

NO	POHOK PEMBIAYAAN	JANGKA WAKTU (TAHUN)														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		12	24	36	48	60	72	84	96	108	120	132	144	156	168	180
1	50.000.000	4.407.430	2.318.802	1.625.122	1.280.169	1.024.695	938.948	843.034	772.001	717.543	674.675	640.223	612.070	588.751	569.217	552.699
2	100.000.000	8.814.860	4.637.604	3.250.244	2.560.338	2.049.390	1.877.897	1.686.067	1.544.002	1.435.086	1.349.350	1.280.446	1.224.141	1.177.502	1.138.434	1.105.399
3	150.000.000	13.222.290	6.956.406	4.875.367	3.840.507	3.024.085	2.816.845	2.529.101	2.316.002	2.152.629	2.024.025	1.920.609	1.836.211	1.760.253	1.707.651	1.658.098
4	200.000.000	17.629.721	9.275.208	6.500.489	5.120.676	4.028.780	3.755.794	3.372.135	3.088.003	2.870.172	2.698.790	2.560.892	2.448.381	2.353.004	2.276.868	2.210.798
5	250.000.000	22.037.151	11.594.010	8.125.611	6.400.845	5.073.475	4.694.742	4.215.168	3.860.004	3.587.715	3.373.375	3.201.115	3.060.352	2.944.755	2.846.085	2.763.497
6	300.000.000	26.444.581	13.912.812	9.750.733	7.681.014	6.148.170	5.633.691	5.058.202	4.632.005	4.305.258	4.040.050	3.841.338	3.672.422	3.523.506	3.415.302	3.316.197
7	350.000.000	30.852.011	16.231.615	11.375.855	8.911.183	7.022.805	6.572.639	5.901.236	5.404.006	5.022.801	4.722.725	4.481.561	4.284.402	4.121.257	3.984.519	3.868.896
8	400.000.000	35.259.441	18.550.417	13.000.977	10.241.352	8.037.560	7.511.588	6.744.269	6.176.006	5.740.344	5.397.400	5.121.784	4.896.583	4.710.008	4.553.736	4.411.596
9	450.000.000	39.666.871	20.869.833	14.812.155	11.571.627	9.038.240	8.449.485	7.511.588	6.876.006	6.397.400	6.040.230	5.784.230	5.561.230	5.369.230	5.200.230	5.050.230
10	500.000.000	44.074.301	23.188.021	16.231.222	12.801.609	10.046.950	9.389.485	8.430.307	7.720.008	7.175.431	6.744.750	6.402.230	6.120.703	5.887.510	5.690.170	5.526.995
11	550.000.000	48.481.731	25.506.823	17.876.344	14.081.859	11.021.645	10.210.433	9.273.370	8.492.009	7.892.074	7.421.425	7.042.453	6.732.774	6.476.261	6.261.387	6.079.694
12	600.000.000	52.889.161	27.825.625	19.501.466	15.362.028	12.006.340	11.267.302	10.116.404	9.284.010	8.610.517	8.096.100	7.682.676	7.344.844	7.065.012	6.830.604	6.632.394
13	650.000.000	57.296.591	30.144.427	21.126.588	16.642.197	13.071.035	12.206.330	10.959.438	10.036.011	9.318.080	8.770.775	8.322.899	7.956.914	7.653.763	7.399.821	7.185.033
14	700.000.000	61.704.021	32.463.229	22.751.710	17.822.366	14.045.730	13.145.270	11.802.471	10.808.011	10.045.603	9.445.450	8.963.121	8.568.985	8.242.514	7.960.038	7.717.792
15	750.000.000	66.111.451	34.782.031	24.376.833	19.202.535	15.120.425	14.084.227	12.645.505	11.580.012	10.763.146	10.120.125	9.603.344	9.181.055	8.831.265	8.538.255	8.290.492
16	800.000.000	70.518.881	37.098.033	26.051.955	20.482.704	17.105.120	15.023.176	13.488.539	12.352.013	11.480.689	10.794.800	10.243.567	9.799.125	9.420.016	9.107.472	8.841.191
17	850.000.000	74.926.311	39.415.635	27.827.077	21.762.873	18.269.815	15.962.134	14.311.572	13.124.014	12.198.232	11.468.475	10.883.790	10.405.196	10.008.762	9.676.689	9.395.891
18	900.000.000	79.333.741	41.738.437	29.552.199	23.043.042	19.344.510	16.901.073	15.174.606	13.896.015	12.915.775	12.144.150	11.524.013	11.017.266	10.597.518	10.245.906	9.948.590
19	1.000.000.000	88.148.601	46.376.042	32.502.444	25.603.280	21.493.900	18.778.970	16.800.673	15.440.016	14.350.861	13.493.500	12.804.439	12.241.607	11.775.020	11.384.340	11.053.989

Gambar 1. Tabel Angsuran Pinjaman BSI Mitraguna

Simulasi Angsuran Pembiayaan BSI KUR KECIL



HARGA BARANG	HARGA JUAL				
	JANGKA WAKTU (Bulan)				
	Modal Kerja				Investasi
	12	24	36	48	60
55,000,000	4,733,654	2,437,634	1,673,207	1,291,677	1,063,304
60,000,000	5,163,986	2,659,237	1,825,316	1,409,102	1,159,968
70,000,000	6,024,650	3,102,443	2,129,536	1,643,952	1,353,296
80,000,000	6,885,314	3,545,649	2,433,755	1,878,802	1,546,624
90,000,000	7,745,979	3,988,855	2,737,974	2,113,653	1,739,952
100,000,000	8,606,643	4,432,061	3,042,194	2,348,503	1,933,280
125,000,000	10,758,304	5,540,076	3,802,742	2,935,629	2,416,600
150,000,000	12,909,964	6,648,092	4,563,291	3,522,754	2,899,920
175,000,000	15,061,625	7,756,107	5,323,839	4,109,880	3,383,240
200,000,000	17,213,286	8,864,122	6,084,387	4,697,006	3,866,560
220,000,000	18,934,615	9,750,534	6,692,826	5,166,706	4,253,216
225,000,000	19,364,947	9,972,137	6,844,936	5,284,132	4,349,880
250,000,000	21,516,607	11,080,153	7,605,484	5,871,257	4,833,200
275,000,000	23,668,268	12,188,168	8,366,033	6,458,383	5,316,520
300,000,000	25,819,929	13,296,183	9,126,581	7,045,509	5,799,840
325,000,000	27,971,590	14,404,198	9,887,130	7,632,634	6,283,160
350,000,000	30,123,250	15,512,214	10,647,678	8,219,760	6,766,480
375,000,000	32,274,911	16,620,229	11,408,227	8,806,886	7,249,800
400,000,000	34,426,572	17,728,244	12,168,775	9,394,012	7,733,120
425,000,000	36,578,233	18,836,259	12,929,323	9,981,137	8,216,440
450,000,000	38,729,893	19,944,275	13,689,872	10,568,263	8,699,760
475,000,000	40,881,554	21,052,290	14,450,420	11,155,389	9,183,080
500,000,000	43,033,215	22,160,305	15,210,968	11,742,515	9,666,400

Gambar 2. Tabel Simulasi Angsuran BSI KUR Kecil

### Produk Multiguna Online



Gambar 3. Poster Promosi Produk Multiguna Online

Bank BSI menawarkan beberapa produk fasilitas pinjaman dengan beberapa keunggulan diantaranya tenor yang panjang, plafond tinggi dan syarat yang mudah serta fasilitas pembiayaan dan pinjaman yang berprinsip syariah. Adapun 3 akad yang dipakai dalam pinjaman syariah BSI yaitu:

1. Al Musyarakah : Pinjaman dilakukan sesuai dengan kemampuan masing-masing kedua belah pihak berdasarkan kesepakatan bersama.
2. Al Mudharabah: Pihak bank memberikan pinjaman modal kepada nasabah sesuai dengan ketentuan waktu yang telah ditentukan dan pembagian keuntungan sesuai kesepakatan bersama
3. Al Muzara'ah: Pinjaman yang diberikan dalam bidang pertanian dengan sistem bagi hasil berdasarkan persentase dari panen lahan yang digarap.

## **Macam-Macam Produk Pinjaman BSI**

Secara singkat bank BSI memiliki beberapa produk pinjaman diantaranya KTA, OTO, KUR, KPR, pinjaman karyawan, pinjaman pegawai dan pensiunan, serta Multiguna hasanah yaitu pembiayaan syariah yang dapat dipergunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan dengan angsuran tetap dan akad dapat menyesuaikan kebutuhan nasabah.

## **Macam-Macam Produk Pinjaman BSI**

### **1. Persyaratan Pembiayaan KPR**



Gambar 4. Promosi Pembiayaan KPR

Beberapa pembiayaan kepemilikan rumah diantaranya BSI Griya Hasanah, Griya Maburr, Griya Simuda & KPR Simuda. Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi adalah:

- a. Persyaratan Umum: WNI berdomisili di Indonesia. Jenis Profesi : Pegawai Tetap, Professional, dan Wiraswasta. Usia Minimal 21 tahun atau sudah menikah, Usia 21-40 Tahun (*KPR Griya Simuda*).
- b. Persyaratan BSI Griya Maburr: Pembiayaan minimal Rp 300 juta, tenor pembiayaan minimal 15 Tahun, Tujuan pembiayaan rumah/ruko/rukan/apartemen baru atau bekas, Tujuan pembiayaan take over. Hadiah porsi haji senilai Rp 25 Juta.
- c. Persyaratan BSI KPR Sejahtera: e-KTP & NPWP, Menyerahkan (SPT) Tahunan PPh Orang Pribadi., Surat pernyataan penghasilan pokok tidak melebihi batas penghasilan pokok yang dipersyaratkan.

### **2. Persyaratan Pembiayaan KTA/Multiguna**



Gambar 5. Promosi Pembiayaan KTA

Pembiayaan KTA BSI terbatas hanya untuk pegawai payroll bank BSI. Beberapa persyaratan pembiayaan KTA diantaranya foto copy KTP pemohon, NPWP, SK (*Surat Keterangan*) Pegawai. Payroll melalui BSI, foto copy slip gaji, Mutasi Rekening Koran selama 3 bulan terakhir, Surat Izin Praktik (khusus dokter).

### 3. Persyaratan Pembiayaan OTO



Gambar 6. Promosi Pembiayaan OTO

Fasilitas pembiayaan OTO diperuntukan untuk pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor baik baru maupun bekas. Limit yang diberikan berkisar Rp 350 juta rupiah dengan tenor 15 tahun dengan angsuran ringan dan flat/tetap. Beberapa syarat untuk pembiayaan ini adalah foto copy KTP, NPWP, payroll gaji, dokumen pendapatan, Rekening koran 3 bulan terakhir, SK Pensiun (pembiayaan pension) atau SK PNS (pembiayaan pra pensiun).

#### **Perkembangan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Menteng Jakarta Pusat**

Adapun Hasil Wawancara dengan pihak Bank BSI Menteng Jakarta-Pusat, Pihak BSI Pak Andenko Pimpinan BSI Menteng Jakarta Pusat ( Jakarta, 11 Mei 2023 ) adalah:

1. Akad yang Diterapkan dalam Transaksi di BSI
  - a. Skema Funding (Penghimpunan Dana)

Adapun akad perjanjian yang digunakan dalam transaksi perbankan di BSI adalah akad Wadi'ah dan Mudharabah Muthalaqah.

    - i. Akad wadi'ah: Akad wadi'ah yang diterapkan adalah sistem wadi'ah yad dhamanah. Dimana penghimpun dana (bank) bertanggung jawab atas keutuhan dana nasabah termasuk dalam pengolahan dan pengelolaan.
    - ii. Akad Mudharabah Muthalaqah : Dalam akad ini, pihak bank sebagai pengelola dana dan nasabah sebagai pemilik modal. Dana yang disimpan akan dikelola dalam bentuk usaha baik jual beli atau sewa, dimana pihak bank bertanggung jawab penuh atas kerugian. Hasil usaha akan dibagi sesuai ketentuan yang disepakati.
  - b. Skema Landing (Penyaluran Dana)

Adapun dalam transaksi penyaluran dana, BSI menggunakan akad diantaranya:

    - i. Akad Murabahah : Dalam akad ini pihak bank berperan sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Pada transaksi ini pihak bank menyebutkan jumlah keuntungannya di awal kesepakatan dimana harga jual didapatkan dari adalah harga beli bank dari pemasok ditambahkan keuntungan.
    - ii. Akad Ijarah (sewa): Transaksi ini didasari oleh adanya perpindahan manfaat. prinsipnya hampir sama dengan kegiatan jual beli, namun pada ijarah objek transaksi adalah jasa.
    - iii. Akad Musyarakah: Pada akad musyarakah antara nasabah dan pihak bank bekerjasama untuk meningkatkan nilai asset yang mereka dapatkan secara bersama-sama.

- iv. Akad Mudharabah: Bank sebagai pengelola dana nasabah yang digunakan untuk kegiatan usaha dimana keuntungan yang didapat dibagi berdasarkan kesepakatan.
2. Teknologi dalam Pemasaran  
Untuk mempromosikan produknya bank BSI menggunakan media elektronik dan media sosial baik itu TV, Radio, Instagram, dan Twitter. Untuk lembaga/institusi, pemasaran dilakukan dengan mempresentasikan dan mendatangnya secara langsung.
3. Perkembangan Jumlah Nasabah dalam Penjualan  
Dengan adanya mergerisasi bank syariah menjadikan adanya penurunan pesaing, sehingga jumlah nasabah meningkat secara signifikan.
4. Strategi Pemasaran  
Strategi pemasaran diantaranya, pendekatan secara langsung kepada masyarakat, memberikan service terbaik, menggunakan teknologi terkini (adanya mobile banking), tidak mengecewakan pelanggan melalui pelayanan 24 jam operator.
5. Posisi dan Strategi Persaingan dalam Pemasaran Produk  
Hasil SWOT BSI berada di level bertumbuh dan meningkat (*Growth and Build*). Dimana posisi ini, dapat didukung dengan mengembangkan pangsa pasar disemua lini, memvariasikan produk dan penetrasi pasar. Hal tersebut juga membantu dalam menyebarkan informasi tentang BSI agar yang dapat diakui oleh masyarakat umum. Dalam menghadapi persaingan perbankan dan didukung peluang maka strategi agresif yang ditunjang dengan keunggulan biaya dan difrensiasi sangatlah efektif.
6. Tantangan dan Kendala Pemasaran Produk  
Pasca mergerisasi, jumlah nasabah meningkat baik pribadi dan lembaga, alhasil belum ditemukan kendala yang berarti, meskipun kadang masih terjadi penolakan kerjasama pada lembaga tertentu karena telah memiliki payroll bank lain.
7. Cara mengatasi Kendala dan Tantangan Pemasaran Produk  
Adapun cara untuk mengatasi kendala yaitu dengan terus meyakinkan masyarakat bahwa BSI memiliki keunggulan dari bank syariah lain melalui pelayanan terbaik, peningkatan kualitas, fasilitas dan menjaga kepuasan nasabah.
8. Keadaan Persaingan Pasca Margerisasi  
Mergerisasi menjadikan asset BSI bertambah dan membuat keadaan persaingan semakin mudah, hal ini karena bank-bank yang termegerisasi telah memiliki nasabah tetap. Keuntungannya lainnya setelah merger yaitu Sinergi, Diversifikasi, Akuisisi Aset, Meningkatkan Kapasitas Finansial dan Pajak lebih ringan. Sebagai berikut penjelasan peihak BSI menteng:
  - a. Sinergi: Adanya Kerjasama kemitraan yang harmonis antar bank syariah akan menciptakan iklim ekonomi yang baik bagi perkembangan perusahaan.
  - b. Diversifikasi: Strategi inovasi penganekaragaman baik dari jenis produk atau jasa. Yang bisa menurunkan manajemen risiko perusahaan.
  - c. Kepemilikan Aset: Adanya Mergerisasi akan mempermudah bank-bank syariah dalam pengakuisisian aset.



- d. Meningkatkan Kapasitas Finansial: Merger akan menutupi keadaan yang finansial sebuah perusahaan yang kurang baik.
- e. Pajak: Mergerisasi bank membuat pajak yang dikeluarkan perusahaan menjadi lebih ringan dibandingkan pada saat berdiri sendiri.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan Strategi Pemasaran Syariah Produk Multiguna Pasca Merger di BSI Menteng Jakarta Pusat Sebagai berikut yaitu Akad digunakan BSI diantaranya: 1) Skema Funding (Pengumpulan Dana) Melalui Wadi'ah dan Mudharabah Muthalaqah. 2) Skema Landing (Penyaluran Dana) menggunakan akad yang terbagi atas: Akad Pembiayaan Murabahah, Akad Ijarah (sewa), Akad Pembiayaan Musyarakah, Pembiayaan Mudharabah. Sedangkan khusus untuk produk multiguna menggunakan Musyarakah, Mudharabah dan Muzara'ah. Teknologi yang digunakan dalam marketing BSI adalah dengan menggunakan media elektronik dan media sosial, Selain itu marketing mendatangi nasabah dengan presentasi langsung untuk agar bekerja sama dengan instansi/lembaga. Mergerisasi menjadikan pesaing semakin sedikit dan nasabah semakin bertambah. Strategi promosi dengan cara memberikan pelayanan terbaik, teknologi terkini serta tidak mengecewakan nasabah. Hasil SWOT menunjukkan bahwa BSI berada di posisi pertumbuhan dan pengembangan & belum ada kendala karena nasabah yang meningkat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alaudin Al-Kasani, *Badai'ash-Shanai'fi Tartib Asy-Syara'i*, IV: 174.
- Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahan, Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fahd
- A. Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, h. 78
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemah*. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Quraan.
- Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, *Statistik perbankan syariah*, Agustus 2016
- Encyclopedia Britannica, X, (Micropeadia). H. 49. Dikutip dari Hermawan Kartajaya, Gema Insani, 2003.
- Gemala Dewi, *Aspek-aspek dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), 53.
- Hermawan Kartajaya, *Aa Gym: A Spritual Marketer. Mark Plus & Co.*, 2005
- Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, Jakarta: Setia Purna Inves, 2007.
- Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015
- Peter, *Perbandingan Perhitungan Angsuran KPR Konvensional Dengan KPR Syariah* (Jurnal Manajemen, Vol 7. No.2, hlm.3 Mei 2008).
- Purnama Putra, Wiwik hasbiyah. *Teori dan Pratik Pemasaran Syariah*. Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Republika.co.id. Jakarta Rabu 07 Mar 2018 16:47 WIB
- T.M. Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Mu'amalah*, cet. II, Jakarta: Bulan Bintang, 1984.
- Undang-Undang Perbankan "UU No.10.th1998" Sinar Grafika Jakarta. 1999:9
- Usmani.M. Taqi. 1999 *An Introduction to Islamic Finance*, Idaratul Ma'arif, Karachi.
- Veitzal Riva'I dan Andria Permata Veitzal, *Islamic Financial Management*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Website *Republika.co.id* Jakarta Rabu 07 Mar 2018 16:47 WIB
- Wiwik Hasbiyah, Purnama Putra. *Ekonomi Syariah; hal.166-186*. Bekasi Akademika Pressindo, 2017