

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri Kc Kudus

1. Letak Bank Syariah Mandiri Kc Kudus

Secara geografis Bank Syariah Mandiri KC Kudus terletak di lingkungan perkotaan, tepatnya di Ruko Ahmad Yani No. 9 Jl. Ahmad Yani Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah. Letak yang sangat strategis dan mudah di jangkau. Untuk melayani nasabah dan konsumennya Bank Syariah Mandiri Kc Kudus juga (0291) 439272 dan website resmi PT. Bank Syariah Mandiri adalah www.syariahamandiri.co.id.

2. Sejarah Bank Syariah Mandiri Kc Kudus

Untuk menyelamatkan perekonomian secara global pada tahun 1997-1998, pemerintah mengambil inisiatif untuk melakukan penggabungan (merger) 4 (empat) bank pemerintah, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo, menjadi 1 (satu) bank yang kokoh dengan nama PT Bank Mandiri (Persero) Tbk pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas PT Bank Susila Bakti (BSB).

Sebagai tindak lanjut dari pemikiran pengembangan sistem ekonomi syariah, pemerintah memberlakukan UU No.10 tahun 1998 yang memberi peluang bagi bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system). Sebagai respon, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah, yang bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan

Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha Bank Susila Bakti bertransformasi dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha Bank Susila Bakti 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 (BSM). 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, tumbuh dan berkembang sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya.¹

Bank Syariah Mandiri KC Kudus merupakan bank yang berada di bawah naungan PT. Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri Kudus ini berdiri pada tanggal 5 September 2005. Hal yang melatarbelakangi berdirinya Bank Syariah Mandiri KC Kudus ini adalah banyaknya sektor industri besar maupun kecil yang berada di wilayah Kudus. Selain itu berdirinya Bank Syariah Mandiri KC Kudus juga tidak terlepas dari keadaan masyarakat di Kota Kudus yang mayoritas besar beragama Islam dan sangat kental dengan nilai – nilai keislamannya. Sehingga dengan adanya Bank Syariah Mandiri KC Kudus sangat membantu masyarakat sekitar untuk tidak khawatir dalam menggunakan jasa perbankan.

Ekonomi syariah saat ini merupakan alternatif ditengah ketidakpastian ekonomi global, Bank Syariah Mandiri KC Kudus hadir sebagai pejuang syariah yang menjawab ketidakpastian tersebut dan

¹ <https://www.syariahmandiri.co.id/category/info-perusahaan/profil-perusahaan/sejarah/> (20 April 2017)

meyakinkan kepada masyarakat bahwa ekonomi syariah memang benar – benar syariah, bukan hanya sistem yang berganti baju, dalam artian “Bukan Rekayasa Manusia”.

3. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri Kc Kudus

a. Visi Bank Syariah Mandiri

“Bank Syariah Terdepan dan Modern”

Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.

Bank Syariah Modern: Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

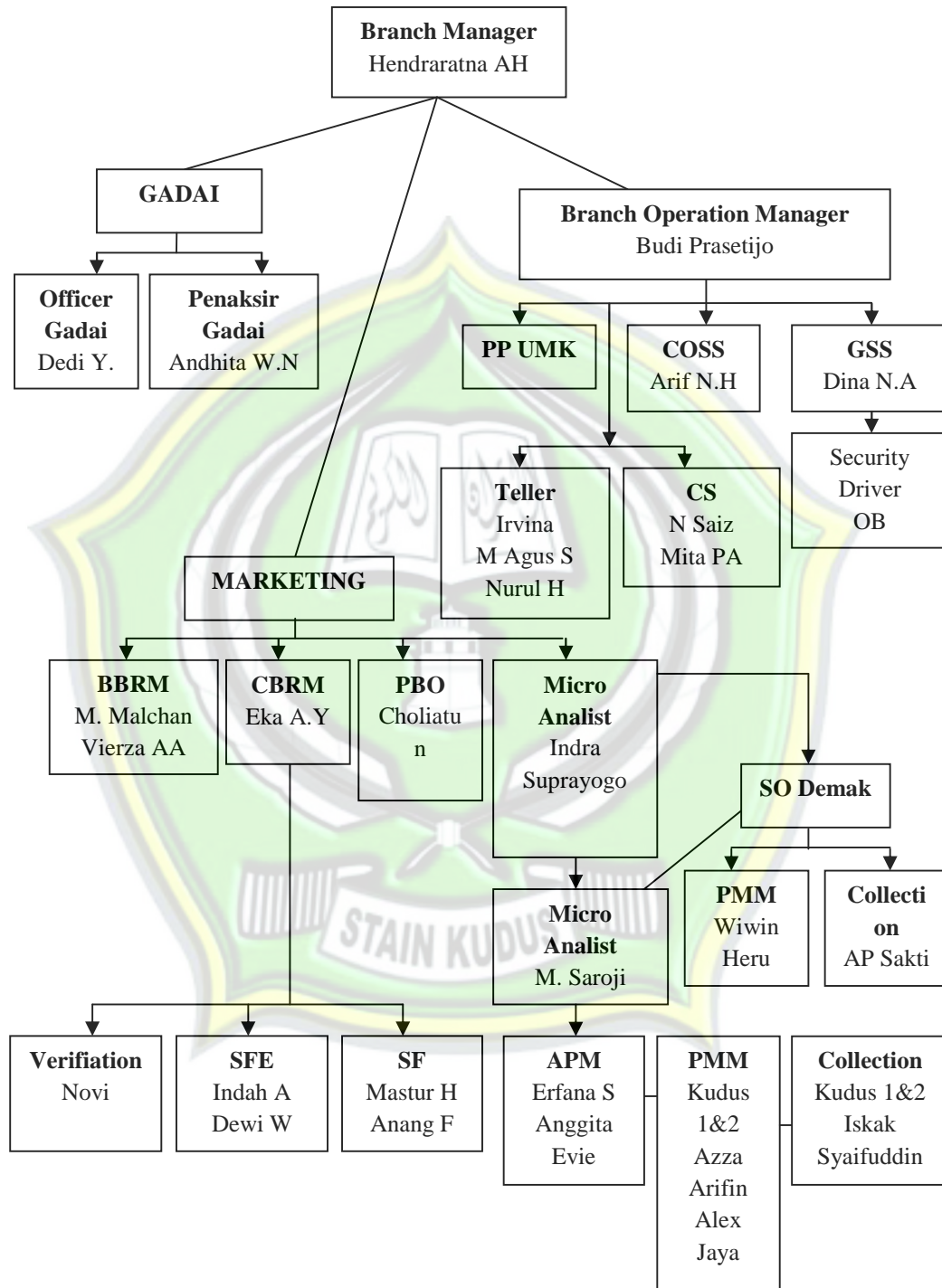
b. Misi Bank Syariah Mandiri

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.²

²<https://www.syahiahmandiri.co.id/category/info-perusahaan/visi-dan-misi/> (20 April 2017).

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kc Kudus

Gambar 4.1



Sumber: Dokumentasi BSM Kc Kudus

Keterangan :

SDI dan Umum = Sumber Daya Insani dan Umum

PP UMK = *Payment Point* Universitas Muria Kudus

COS = *Clearing & Operation Service Staf*

CS = *Customer Service*

BBRM = *Business Banking Relathionship Manager*

CBRM = *Consumer Banking Relathionship Manager*

PBO = *Priority Banking Officer*

KWM = Kepala Warung Mikro

SO = *Sales Outlet*

PMM = Pelaksana *Marketing* Mikro

CFE = *Consumer Funding Executive*

SFE = *Shariah Funding Executive*

SF = *Sales Force*

APM = Admin Pembiayaan Mikro

5. Ruang Lingkup Produk dan Jasa

a. BSM Produk Pendanaan

Produk Pendanaan (tabungan, deposito, dan giro) dibedakan menjadi dua yaitu:

1) Produk tabungan harian :

a) Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM. Tabungan BSM berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.

b) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.³

2) Produk tabungan berjangka:

a) BSM Tabungan Investa Cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi. Tabungan investa cendekia berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.

b) BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan. BSM Tabungan Berencana berdasarkan prinsip syariah menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*.⁴

c) TabunganKu

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. tabunganKu berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*.

d) BSM Tabungan Mabru

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah. BSM Tabungan Mabru berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.

e) BSM Tabungan Mabru Junior

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah pada nasabah yang berusia dibawah 17 tahun.

³ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

⁴ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

f) BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan.⁵

g) BSM giro

Penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

b. BSM Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Konsumer:

- a) Pembiayaan pemilikan rumah (PPR)
- b) Pembiayaan kendaraan bermotor (BSM Oto)
- c) BSM Implan
- d) Pembiayaan kepada pensiunan
- e) Pembiayaan dana pendidikan⁶

2) Pembiayaan Produktif :

Fasilitas pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada pelaku usaha baik dalam uang rupiah maupun valuta asing untuk membiayai kebutuhan modal kerja dalam siklus waktu tertentu maksimal 1 tahun. Pembiayaan produktif ini dibagi menjadi dua yaitu :

- a) Pembiayaan Modal Kerja
 - (1) Pembiayaan Musyarokah
 - (2) Pembiayaan Dana Berputar
- b) Pembiayaan Investasi⁷

3) Pembiayaan Warung Mikro

Merupakan Pembiayaan usaha mikro dan kecil yang dilakukan melalui:

⁵ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

⁶ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

⁷ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

- a) Kerjasama (*linkage*) dengan LKM/S, BPR/S, BMT, KJKS/UJKS dan Lembaga Keuangan Non Bank lainnya sebagai *marketingarm* BSM untuk menjangkau nasabah mikrokecil yang lokasi usahanya diluar jangkauan *outlet* BSM.
- b) Pembiayaan dengan Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program penjaminan Pemerintah RI sebagai realisasi Inpres No 6 Tahun 2007. Dalam Pembiayaan KUR Warung Mikro ini *plafond* maksimum Rp20 juta.
- c) Warung mikro BSM adalah layanan pembiayaan di kantor cabang dan cabang pembantu untuk nasabah kategori mikro. Plafon maksimum yang diberikan kepada nasabah melalui warung mikro BSM adalah maksimal Rp100 juta sesuai dengan rata-rata maksimum kebutuhan usaha mikro saat ini. Saat ini usaha mikro mempunyai 3 kategori produk yaitu:
- (1) Pembiayaan Tunas (*plafond* Rp 2 Juta s.d. Rp 10 juta)
 - (2) Pembiayaan Madya (*plafond* > Rp 10 juta s.d. Rp 50 juta)
 - (3) Pembiayaan Utama (*plafond* > Rp 50 juta sd. Rp 100 juta)⁸
- 4) BSM Gadai Emas
- Memiliki dua produk yaitu:
- a) Gadai Emas
- Merupakan salah satu produk pembiayaan dimana nasabah dapat dengan mudah memperoleh dana sebagai biaya pendidikan, modal usaha, biaya pengobatan, penyelenggara hajatan dan kebutuhan lainnya dengan jaminan sebagian atau seluruh hutang dengan menjaminkan emas yang dimiliki (baik berupa perhiasan maupun lantakan).⁹
- b) Cicil Emas
- Cicil Emas adalah fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk pembiayaan kepemilikan emas.

⁸ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

⁹ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

c. BSM Produk Jasa

1) Jual Beli Valas

Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan nasabah.

2) *Electronic Payroll*

Pembayaran gaji karyawan institusi melalui teknologi terkini Bank Syariah Mandiri secara mudah, aman dan fleksibel.

3) Transfer Lintas Negara *Western Union*

Adalah jasa pengiriman uang/penerimaan kiriman uang secara cepat (*real time on line*) yang dilakukan lintas negara atau dalam satu negara (domestik).

4) Kliring

Penagihan *warkat* bank lain di mana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah *kliring*.

5) Inkaso

Penagihan *warkat* bank lain di mana bank tertariknya berbeda wilayah kliring atau berada di luar negeri, hasilnya penagihan akan dikredit ke rekening nasabah.¹⁰

6) *Intercity Clearing*

Jasa penagihan *warkat* (cek/bilyet giro valuta rupiah) bank di luar wilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.¹¹

7) RTGS (*Real Time Gross Settlement*)

Jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara *real time*. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit. Nominal minimal yang wajib menggunakan RTGS yaitu Rp. 501.000.000,00-.

¹⁰ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

¹¹ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

8) Transfer Dalam Kota (LLG)

Jasa pemindahan dana antar bank dalam satu wilayah kliring lokal.

9) Transfer Valas

Transfer valas terdiri dari Transfer ke luar dan Transfer masuk.

10) *Payment Point*

Layanan transaksi *Payment Point* di Bank Syariah Mandiri dapat dilakukan oleh nasabah di setiap *outlet* Bank Syariah Mandiri atau di ATM. Pembayaran dapat dilakukan melalui debet rekening maupun tunai (*cash*).

d. BSM E-Banking

1) BSM Card

BSM Card merupakan kartu yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri dan memiliki fungsi utama yaitu sebagai kartu ATM, kartu debit dan sebagai kartu discount di merchant yang ditunjuk BSM.

2) BSM *Mobile Banking*

Layanan transaksi perbankan melalui *handphone* berbasis GPRS yang tidak dikenakan biaya administrasi per bulan.¹²

3) BSM *Net Banking*

Layanan transaksi perbankan non tunai melalui internet, cukup mengakses ke www.syariahamandiri.co.id dengan biaya administrasi Rp 2.500,-/bulan.¹³

4) BSM Notifikasi

Layanan informasi dari setiap mutasi transaksi nasabah yang dikirimkan melalui media SMS atau e-mail dengan biaya Rp 300,-/sms atau gratis melalui *e-mail*.

¹² Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

¹³ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

5) BSM Call

Layanan transaksi perbankan non tunai untuk informasi saldo, mutasi rekening dan produk melalui 14040 (biaya lokal) atau (021) 29534040.¹⁴

6. Gambaran Umum Produk Sukuk Negara Ritel di Bank Syariah Mandiri Kc Kudus.

Sukuk Negara Ritel adalah Surat Berharga Syariah Negara (Sukuk Negara) yang dijual kepada individu atau perseorangan Warga Negara Indonesia melalui Agen Penjual di Pasar Perdana dalam negeri. Pemesanan pembelian Sukuk Negara Ritel hanya dapat dilakukan oleh perseorangan Warga Negara Indonesia yang dibuktikan dengan Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang masih berlaku, dengan jumlah minimum pembelian ditetapkan oleh Pemerintah berdasarkan Memorandum Informasi yang diterbitkan setiap Penerbitan Sukuk Negara Ritel. Penunjukan Bank Syariah Mandiri sebagai Agen Penjual Sukuk Negara Ritel ditetapkan oleh Pemerintah.

Sudah jelas bahwasannya sukuk negara ritel dijamin penuh oleh negara. Hal ini dibuktikan dengan dasar hukum yang menjadi landasan sukuk negara ritel tersebut. Adapun dasar hukum sebagai landasan penerbitan sukuk yaitu:

- a. UU No.19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN).
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 73 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah No. 56 Tahun 2008 tentang Perusahaan Penerbit Surat Berharga Syariah Negara.
- c. Peraturan Pemerintah No. 127 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 2008 tentang Pendirian Perusahaan Penerbit Surat Berharga Syariah Negara Indonesia.
- d. Peraturan Menteri Keuangan No.187/PMK.08/2011 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Keuangan No. 218/PMK.08/2008 tentang

¹⁴ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

Penerbitan dan Penjualan Surat Berharga Syariah Negara Ritel di Pasar Perdana Dalam Negeri.¹⁵

Selain itu, fatwa yang dikeluarkan DSN Mui juga memeperkuat hukum dari sukuk negara ritel ini. Fatwa tersebut antara lain:

- a. Fatwa DSN N0.69 Tahun 2008 tentang SBSN
- b. Fatwa DSN N0.70 Tahun 2008 tentang Metode Penerbitan SBSN
- c. Fatwa DSN No. 76 Tahun 2010 tentang SBSN Ijarah – *Asset To Be Leased*.

Sebagai salah satu produk investasi yang diunggulkan selain deposito dan lain-lain. Ada beberapa karakteristik yang membedakan sukuk negara ritel degan produk investasi yang lain. Antara lain :

- a. berbentuk Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) tanpa warkat (*scriptless*) dan dapat diperdagangkan di pasar sekunder, dengan *holding period* selama satu periode kupon
- b. menggunakan akad ijarah – *Asset to be leased*
- c. diterbitkan oleh Perusahaan penerbit SBSN Indonesia
- d. masa tenor selama 3 tahun
- e. diterbitkan setiap satu tahun sekali
- f. imbalan berupa sewayang jumlah imbalannya bersifat tetap (*fixed coupon*)
- g. pelunasan dilakukan sebesar 100%
- h. dapat diperdagangkan dipasar sekunder pada tingkat harga pasar, perdagangan di pasar sekunder dapat dilakukan setelah satu periode kupon (*one month holding period*)
- i. aset SBSN berupa : proyek dalam APBN, barang milik negara (BMN) berupa tanah dan/atau bangunan, menteri keuangan menetapkan rincian proyek dan BMN yang akan digunakan sebagai Aset SBSN

Fitur yang ditawarkan dalam Sukuk Negara Ritel antara lain :

- a. masa penawaran biasanya selama satu bulan pada awal tahun sekitar bulan februari sampai maret

¹⁵ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

- b. nominal pemesanan sebesar Rp 5.000.000 dan kelipatannya
- c. maksimum pemesanan sebesar Rp5.000.000.000
- d. agen pembayar adalah Bank Indonesia
- e. sub *registry*: Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) melalui partisipan/Nasabah *Subregistry*: Kustodian Bank Bukopin¹⁶

Untuk memesan sukuk nasabah harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. individu atau perorangan Warga Negara Indonesia yang ditunjukkan dengan bukti identitas kartu tanda penduduk (KTP) yang masih berlaku.
- b. Memiliki NPWP
- c. Memiliki rekening tabungan/ Giro di Bsm
- d. Memiliki rekening Surat Berharga Kustodian Bank Bukopin

Prosedur pemesanan pembelian Sukuk Negara Ritel :

- a. Mendatangi kantor cabang BSM
- b. Membuka rekening surat berharga (jika diperlukan) di kustodian Bank Bukopin
- c. Menyediakan dana yang cukup sesuai jumlah pesanan untuk pembelian sukuk Negara Ritel
- d. Mengisi dan menandatangani formulir pemesanan Sukuk Negara Ritel
- e. Menyampaikan Formulir Pemesanan Sukuk Negara Ritel, fotokopi KTP dan NPWP
- f. Setiap pemesanan pembelian bersifat mengikat, tidak dapat dibatalkan dan ditarik kembali

Biaya dan perpajakan:

- a. Pasar Perdana

Biaya materai untuk pernyataan dan kuasa dan pembukaan rekening Surat Berharga di Kustodian Bank Bukopin.

¹⁶ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

b. Pasar Sekunder

- 1) Biaya transaksi sebesar Rp 25.000 per transaksi. Apabila nasabah ingin membeli sukuk di pasar sekunder, maka biaya ditambah dengan biaya-biaya yang dikenakan di pasar perdana
- 2) Pajak sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

c. Penatausahaan

- 1) Biaya penyimpanan efek dikustodian Bank Bukopin sebesar 0,025% p.a minimal Rp 5.000/bulan. Biaya penyimpanan efek dibayarkan setiap bulan dengan pemotongan secara langsung dari imbalan/kupon yang diterima nasabah.
- 2) Biaya jasa kustodian sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- 3) Pajak sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku

Risiko berinvestasi disukuk negara ritel:

- a. Risiko pasar (*market risk*) adalah potensi kerugian bagi investor apabila terjadi kenaikan tingkat bunga yang menyebabkan penurunan harga sukuk negara ritel dipasar sekunder. Kerugian (*capital loss*) dapat terjadi apabila investor menjual sukuk Negara Ritel dipasar sekunder sebelum jatuh tempo pada harga jual yang lebih rendah dari harga belinya.
- b. Risiko likuiditas (*liquidity risk*), adalah potensi kerugian apabila sebelum jatuh tempo pemilik sukuk negara ritel yang memerlukan dana tunai mengalami kesulitan dalam menjual sukuk negara ritel di pasar sekunder pada tingkat harga (pasar) yang wajar.¹⁷

Keuntungan berinvestasi di Sukuk Negara Ritel

- a. Pembayaran imbalan/ kupon dari nilai nominal Sukuk Negara Ritel dijamin oleh Negara berdasarkan undang-undang SBSN dan undang-undang APBN setiap tahunnya, sehingga Sukuk Negara Ritel tidak mempunyai risiko gagal bayar.
- b. Sukuk negara ritel menawarkan tingkat imbalan yang kompetitif, dan pajak yang lebih rendah (hanya 15%)

¹⁷ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

- c. Imbalan/kupon dengan jumlah tetap (*fixed coupon*) sampai pada tanggal jatuh tempo
- d. Imbalan /kupon Sukuk Negara Ritel di bayar setiap bulan
- e. Dapat diperdagangkan di pasar sekunder setelah satu periode kupon (*one month holding period*), dengan mekanisme Bursa Efek atau Transaksi diluar Bursa Efek (*over the counter*)
- f. Tersedianya kuotasi harga beli (*bid price*) dari agen penjual yang dapat dieksekusi kepada nasabahnya ang membeli dipasar perdana.
- g. Berpotensi memperoleh *capital gain* bila dijual pada harga yang lebih tinggi dari pada harga beli setelah memperhitungkan biaya transaksi dipasar sekunder.
- h. Dapat dipinjamkan atau digadaikan kepada pihak lain, termasuk jaminan dalam rangka transaksi efek, sesuai kebijakan dan mengikuti ketentuan dan persyaratan yang berlaku pada masing-masing pihak.
- i. Memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk turut serta mendukung pembiayaan pembangunan nasional
- j. Memberikan akses kepada investor untuk berpartisipasi dalam aktivitas pasar keuangan dengan cara dan metode yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.¹⁸

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Data tentang Upaya Bank Syariah Mandiri Kc Kudus Untuk Memberikan Pengetahuan mengenai Produk Sukuk Negara Ritel

Setiap produk baru yang dikeluarkan sebuah perusahaan pasti perlu untuk dilakukan promosi terlebih dahulu. Hal ini dimaksudkan agar para konsumen mampu mengenali dan menambah pengetahuannya konsumen tentang produk tersebut, baik produk konsumsi maupun produk jasa. Promosi yang dilakukan sebuah perusahaan biasanya bertujuan untuk menarik minat nasabah dan membangun kepercayaan nasabah terhadap produk yang ditawarkan.

¹⁸ Profil Dokumen Bank Syariah Mandiri.

Bank Syariah Mandiri sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan juga melakukan hal yang sama. pada beberapa waktu yang lalu telah diterbitkan produk investasi tahunan yang dikenal dengan nama Sukuk Negara Ritel. Sukuk Negara Ritel adalah Surat Berharga Syariah Negara (Sukuk Negara) yang dijual kepada individu atau perseorangan Warga Negara Indonesia melalui Agen Penjual di Pasar Perdana dalam negeri.

Sebagai langkah awal pemasaran Bank Syariah Mandiri memperhatikan beberapa hal terlebih. Sebelum memulai pemasaran atau promosi kami dan tim terlebih dahulu menganalisis nasabah potensial yang dipandang akan membeli produk Sukuk Negara Ritel, BSM sudah menyiapkan strategi penjualannya. Sasaran nasabah yang dituju BSM adalah nasabah segmen Ibu Rumah Tangga, Pegawai dan Pensiunan dalam memasarkan sukuk ritel. Sebagai implementasi strategi penjualan Sukuk Negara Ritel, BSM telah melakukan pemetaan terhadap customer base potensial BSM di cabang-cabang, serta melakukan sosialisasi internal dan eksternal, peningkatan kompetensi SDM dan menyelenggarakan program kompetisi penjualan sukuk ritel bagi internal BSM. Hal ini dilakukan agar penjualan yang ditargetkan dapat tercapai secara maksimal. dengan demikian promosi yang akan dilakukan lebih terstruktur.¹⁹

Setelah melakukan analisis sasaran pemasaran maka sudah dapat ditentukan bagaimana langkah selanjutnya untuk memasarkan produk sukuk ritel tersebut. ada beberapa cara promosi yang dilakukan oleh BSM Kc Kudus untuk memasarkan produk Sukuk Ritel , antara lain: Menghubungi langsung kepada nasabah melalui sambungan telepon, Melalui brosur. mulut kemulut, jemput bola, serta menggunakan media baik elektronik maupun massa.²⁰ Promosi lain yang dilakukan BSM yaitu dengan mengirimkan surat penawaran kepada nasabah yang memiliki dana

¹⁹ Hasil wawancara dengan Nor saiz, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 22 mei 2017.

²⁰ Hasil wawancara dengan Nor saiz, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 22 mei 2017.

mengganggu di BSM kc kudus.²¹ Agar promosi didapatkan hasil maksimal maka pemasaran sukuk dilakukan secara terus menerus selama masa penawaran sukuk berlangsung.

Berbagai promosi yang gencar dilakukan oleh BSM Kc Kudus ternyata mempunyai respon yang beragam dari nasabah. meskipun ada nasabah yang menolak informasi mengenai produk sukuk ritel, namun komunikasi yang bsm lakukan untuk menawarkan dan memasarkan produk sukuk ritel mendapatkan respon yang baik dari nasabah. Hal lain yang membuat promosi berjalan lancar karena selama penerbitan sukuk dari tahun 2009 sampai sekarang belum ada komplain yang di terima dari nasabah.²²

2. Data tentang Pengetahuan Nasabah Bank Syari'ah Mandiri Kc Kudus mengenai Produk Sukuk Ritel

Pengetahuan mengenai sebuah produk sangatlah penting bagi konsumen, pengetahuan dapat menentukan ketertarikan nsabah terhadap sebuah produk. Pada dasarnya ada tiga pengetahuan yang harus dimiliki oleh konsumen, yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada nasbah Bank Mandiri Syariah didapatkan data mengenai pengetahuan nasabah sebagai berikut :

Hasil wawancara dengan Bp M N Aziz beliau mengatakan. Sukuk merupakan produk investasi syariah, sukuk negara ritel yang saya ketahui merupakan produk invesatasi syariah yang di keluarkan pemerintah. investasi di sukuk negara ritel itu hasilnya lebih tinggi dari suku bunga BI, pajaknya juga lebih rendah.²³

²¹ Hasil wawancara dengan Ibu Choliatun, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 06 Juni 2017.

²² Hasil wawancara dengan Nor saiz, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 22 mei 2017.

²³ Hasil wawancara dengan Bapak M N Aziz, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 05 Juni 2017.

Sealin itu, ibu Banun Choiriyah selaku nasabah BSM menyebutkan informasi yang beliau ketahui berupa sukuk merupakan produk investasi syariah, beliau mendapatkan semua informasi dari BSM Kudus. serta beliau menambahkan jika hendak membeli sukuk bisa dilakukan di BSM Kc Kudus.²⁴

Hal senada juga diungkapkan oleh ibu Dian Fatmawati beliau mengungkapkan bahwa produk sukuk ritel merupakan produk investasi yang dikeluarkan pemerintah, dan mempunyai keunggulan yang berbeda dari produk investasi lainnya.²⁵

Bapak muhammad Arifin selaku nasabah BSM Kudus menyebutkan. Sukuk negara ritel merupakan produk investasi, yang mempunyai keuntungan yang banyak seperti imbalan yang tetap pajak yang rendah dan juga hasil lebih tinggi, itu informasi yang pernah saya dapatkan ketika ada promosi di bsm maupun media masa. Itu yang saya ingat tapi sebenarnya masih banyak lagi yang ditawarkan dari sukuk ini dan menurut saya itu menarik.²⁶

Hasil wawancara yang berbeda saya dapatakan dimana nasabah tersebut justru tidak mengetahui sama sekali tentang sukuk negara ritel dengan ibu yaya, beliau tidak pernah mendapatkan informasi tentang produk investasi sukuk ritel.²⁷ Hal yang sama dituturkan oleh bapak eko widyanto yang diketahui hanyalah sukuk akan tetapi tidak dengan Produk Sukuk Negara Ritel.²⁸ Satu lagi nasabah yang tidak mendapatkan

²⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Banun Choiriyah, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 05 Juni 2017.

²⁵ Hasil wawancara dengan Ibu dian Fatmawati, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 05 Juni 2017.

²⁶ Hasil wawancara dengan Bapak M Arifin, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 05 Juni 2017.

²⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Yaya, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 06 Juni 2017.

²⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Eko Widyanto, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 06 Juni 2017.

informasi sama sekali mengenai sukuk negara ritel bapak As'adi menuturkan jika produk investasi yang beliau ketahui hanyalah deposito.²⁹

3. Data tentang Sikap Nasabah Bank Syariah Mandiri Mengenai Produk Sukuk Ritel

Sikap disebut juga sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis sosial kontemporer. Sikap juga merupakan suatu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami pemasar. Menurut Allport dikutip oleh Loundon dan Dellabitta mengajukan definisi yang lebih luas, sikap merupakan suatu mental dan saraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan /atau dinamis terhadap perilaku.³⁰

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Kudus, sikap yang ditunjukkan berbeda-beda ada yang menerima ada pula yang menolaknya. Seperti halnya wawancara dengan bapak M N Aziz, beliau merasa kurang tertarik dengan Investasi Sukuk Negara Ritel sebab telah memiliki investasi lain.³¹ Penolakan yang sama dituturkan oleh bapak As'adi yang menganggap ketidaktahuannya itu sebagai sikap yang sesuai untuk menolak informasi apapun mengenai investasi Sukuk Negara Ritel.³²

Meskipun ada sikap nasabah yang kurang menerima, namun banyak yang memberikan sikap positif terhadap produk sukuk negara ritel. Seperti halnya bapak , beliau awalnya tidak mengetahui produk investasi ini akan tetapi karena rasa ingin tahunya, akhirnya motivasi untuk mencari tau lebih mengenai produk Sukuk Ritel mulai tumbuh dan kemungkinan akan

²⁹ Hasil wawancara dengan Bapak As'adi, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 06 Juni 2017.

³⁰ Nugroho J setiadi, *Perilaku Konsumen*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2003, hlm. 143-144.

³¹ Hasil wawancara dengan Bapak M N Aziz, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 05 Juni 2017.

³² Hasil wawancara dengan Bapak As'adi, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 06 Juni 2017.

membeli produk ini sebagai investasi yang akan datang.³³ Berbeda dengan bapak Muhammad Arifin, beliau memang sudah tertarik dengan sukuk ritel sejak pertama kali mengetahui investasi bentuk ini.³⁴

Selain itu ketertarikan yang sama ditunjukkan dari wawancara peneliti dengan salah satu nasabah yaitu ibu banun Choiriyah, menurut beliau produk sukuk negara ritel memang menarik meskipun keterbatasan informasi yang beliau miliki tetap saja beliau merasa tergugah untuk membeli.³⁵ Begitupun dengan penuturan ibu yaya, beliau awalnya kurang tertarik karena tidak ada pengetahuan sama sekali setelah mendapatkan informasi dari penulis, mulailah etrmotivasi untuk mencari informasi mengenai produk sekuk negara ritel.³⁶

Tapi berbeda dengan nasabah lain yang saya wawancara, setelah melakukan wawancara dengan ibu dian Fatmawati, beliau mngatakan ketertarikannya terhambat dengan masa investasi sukuk negara yang termasuk investasi jangka panjang.³⁷

4. Data Tentang Kendala dan Solusi Sosialisai Produk Sukuk Ritel

Memasarkan sebuah produk tidak semudah membalikkan telapak tangan. Banyak hal yang perlu diperhatikan agar promosi yang diharapkan dapat berjalan sesuai dengan rencana. Sehebat apapun strategi yang diterapkan oleh sebuah perusahaan tidak selamanya berjalan lancar sesuai rencana jika telah tejun ke dunia riil. Dalam kenyataannya akan ada masalah yang membuat strategi tersebut berjalan lambah bahkan berhenti. Untuk itulah perlunya evaluasi untuk mengatasi setiap masalah yang dihadapi.

³³ Hasil wawancara dengan Bapak Eko Widyanto, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 06 Juni 2017.

³⁴ Hasil wawancara dengan Bapak M Arifin, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 05 Juni 2017.

³⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Banun Choiriyah, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 05 Juni 2017.

³⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Yaya, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 06 Juni 2017.

³⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Dian Fatmawati, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 05 Juni 2017.

Seperti BSM Kc kudus dalam memasarkan dan mensosialisasikan produk Sukuk Negara Ritel yang masih asing untuk masyarakat khususnya nasabahnya. Banyak kendala yang mereka hadapi baik berasal dari nasabah maupun dari fitur produknya sendiri. kendala yang dihadapi dalam pemasaran sukuk ritel tidak begitu banyak. Tetapi masalahnya lebih kepada minat nasabah itu sendiri. sukuk ritel merupakan investasi jangka panjang yaitu selama tiga tahun. Sehingga nasabah harus menunggu selama itu untuk mendapatkan uangnya kembali (uang pokok). Kebanyakan nsabah yang pernah ditawarkan investasi Sukuk Negara Ritel memperlmasalahkan hal ini, sehingga mereka yang awalnya tertarik urung membeli produk ini. Mereka beralasan kalau mereka tidak bisa meenunggu selama itu jika terjadi sesuatu hal yang mendesak maka uangnya tidak bisa di ambil.³⁸ Lagi kendala lain yang membuat nasabah enggan untuk berinvestasi di sukuk. Yaitu bentuk sukuk negara ritel yang berupa Saham. Sebab investasi bentuk ini tidak dapat dipastikan untung atau ruginya.³⁹

Kendala lain diungkapkan salah satu marketing Sukuk negara Ritel, kendala yang dialami ketika memasarkan sukuk, antara lain: jangka waktu dan minat nasabah, tingkat kepercayaan nasabah yang masih rendah. selain itu masalah pangsa pasar sukuk negara ritel yang menyebabkan pemasaran tidak maksimal. Sebab sukuk merupakan produk dengan pangsa pasar menengah dimana konsumen tersebut terdiri dari pensiunan, profesional, ibu rumah tangga, yang mempunyai dana menganggur yang tidak digunakan. Karena pangsa pasar menengah ini lah yang sulit untuk dikuasai karena kebanyakan lebih suka dengan deposito.⁴⁰

Selain kendala yang berasal dari Bank Syariah Mandiri Kc Kudus itu sendiri ternyata kendala juga berasal dari nasabah. kendala yang di rasakan nasabah sebenarnya berasal dari produk sukuk bisa berupa fitur atau hal

³⁸ Hasil wawancara dengan Nor saiz, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 22 mei 2017.

³⁹ Hasil wawancara dengan Nor saiz, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 22 mei 2017.

⁴⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Choliatun, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 06 Juni 2017.

lain yang menurut nasabah memberatkan maupun mempengaruhi nasabah. menurut ibu dian fatmawati selaku nasabah BSM Kc Kudus, beliau mengatakan, sebenarnya produk ini sangat menarik, akan tetapi minimal pembelian 5 juta dirasakan masih terlalu memberatkan jika yang disasar adalah ibu rumah tangga.⁴¹ Sama seperti yang diutarakan ibu Banun Choiriyah, sebagai ibu rumah tangga dituntut untuk mampu mengelola keuangan dengan baik, salah satunya dengan cara investasi, akan tetapi minimal pembelian yang terlalu tinggi untuk ibu rumah tangga ini cukup memberatkan.⁴² Informan yang lain yaitu ibu yaya, menyebutkan ,ada dua hal yang menjadi masalah bagi beliau, jumlah minimal pembelian, kemudian juga masanya yang termasuk jangka panjang,⁴³

Kendala tidak akan selesai begitu saja tanpa dicari solusinya, karena jika tidak di cari solusidari kendala tersebut akan mengganggu pemasaran sukuk negara ritel maupun produk yang lainnya. Untuk tetap memasarkan sukuk ritel dan memenuhi target penjualan, BSM Kc Kudus mencoba menawarkan beberapa solusi dari kendala maupun masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Solusi yang ditawarkan antara lain, untuk kendala jangka panjang dimana BSM mengatasinya dengan menentukan target pasar pada nasabah yang mempunyai dana menganggur di BSM. Kemudian untuk solusi yang lain yaitu dengan membantu nasabah menjualnya sebelum jatuh tempo.⁴⁴

Selain itu dengan cara menggali terlebih dahulu kebutuhan dari konsumen tersebut jika telah diketahui kebutuhan nasabahnya baru ditawarkan apakah berminat dengan sukuk atau tidak, kemudian mengirimkan surat penawaran pada nasabah dengan kriteria mempunyai dana menganggur di BSM serta melakukan pemasaran dengan target pasar

⁴¹ Hasil wawancara dengan Ibu dian Fatmawati, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 05 Juni 2017.

⁴² Hasil wawancara dengan Ibu Banun Choiriyah, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 05 Juni 2017.

⁴³ Hasil wawancara dengan Ibu Yaya, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 06 Juni 2017.

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Nor saiz, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 22 mei 2017.

yang sesuai dengan produk sukuk negara ritel, yaitu pensiunan, profesional, ibu rumah tangga yang mempunyai dana menganggur dan tidak digunakan.⁴⁵

Adapula solusi yang ingin didapatkan dari beberapa nasabah yang bisa menjadi salah satu tolak ukur untuk mendapatkan solusi. Yaitu fitur yang ada dalam sukuk negara ritel yaitu nominal pembelian sukuk dan jangka waktu. Yang menjadi salah satu kendala dari nasabah. Beberapa pendapat dikemukakan untuk mengatasi masalah tersebut. Menurut penuturan ibu Dian Fatmawati dan ibu Banun Khoiriyah mereka mengungkapkan, Agar nominal pembelian minimal sukuk Negara ritel diturunkan agar ibu rumah tangga seperti mereka mampu untuk menjangkaunya.

Hal lain diungkapkan ibu yaya dimana beliau berharap bahwa, jangka waktu sukuk dikurangi atau BSM Bisa memberikan solusi lain, agar para pembeli tidak harus menunggu lama untuk mendapatkan uangnya kembali, jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan dan kebutuhan yang mendesak.

C. Analisis dan Pembahasan

1. Analisis Upaya Bank Syariah Mandiri Kc Kudus untuk Memberikan Pengetahuan Produk Sukuk Negara Ritel

Promosi merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk memberikan informasi mengenai produk kepada konsumen dan calon konsumennya. Banyak sekali hal yang harus dipersiapkan agar segala upaya yang dilakukan dapat mencapai tujuannya. Upaya promosi ini juga dilakukan Bank Syariah Mandiri Kc Kudus pada setiap produk yang ditawarkan. Salah satunya produk investasi Sukuk Negara Ritel.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Nor Saiz selaku CS di Bank syariah Mandiri Kudus menuturkan Sebelum memulai pemasaran atau

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Choliatun, di Kantor BSM Cabang Kudus pada tanggal 06 Juni 2017.

promosi semua tim BSM Kc Kudus terlebih dahulu menganalisis nasabah potensial yang dipandang akan membeli produk Sukuk Negara Ritel, BSM sudah menyiapkan strategi penjualannya. Sasaran nasabah yang dituju BSM adalah nasabah segmen Ibu Rumah Tangga, Pegawai dan Pensiunan dalam memasarkan sukuk ritel. Sebagai implementasi strategi penjualan Sukuk Negara Ritel, BSM telah melakukan pemetaan terhadap customer base potensial BSM di cabang-cabang, serta melakukan sosialisasi internal dan eksternal, peningkatan kompetensi SDM dan menyelenggarakan program kompetisi penjualan sukuk ritel bagi internal BSM. Hal ini dilakukan agar penjualan yang ditargetkan dapat tercapai secara maksimal dengan demikian promosi yang akan dilakukan lebih terstruktur.

Proses perencanaan yang telah diutarakan diatas merupakan sebuah langkah awal sebagai acuan untuk melakukan promosi. rencana pemasaran dan sasaran pemasaran memang sangatlah penting dalam memberikan stimulus kepada nasabah atau konsumen yang menjadi target promosi hal ini lah yang di lakukan BSM Kc Kudus dengan menganalisis terlebih dahulu target marketnya agar pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi nasabah yang telah ditentukan. Untuk itu kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan akan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan share pasar.⁴⁶

Ada beberapa upaya yang dilakukan BSM Kc Kudus untuk memperkenalkan produk investasi Sukuk Negara Ritel. Seperti yang telah disebutkan dalam wawancara dengan Bapak Nor saiz bahwa ada beberapa cara yang dilakukan BSM Kc Kudus untuk melakukan pemasaran terhadap produk sukuk ritel. Pertama, Menghubungi langsung kepada nasabah melalui smabungan telepon. Kedua, Melalui brosur, dari mulut kemulut, jemput bola. Selain itu sukuk ritel juga dipasarkan melalui iklan baik media masa maupun elektronik. Pemasarn sukuk negara ritel ini dilakukan

⁴⁶ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 239.

secara terus menerus selama masa penawarannya agar semua informasi dapat tersampaikan kepada semua calon nasabah.

Dari data yang telah di dapatkan melalui wawancara dengan marketing dan CS, ada beberapa upaya yang dilakukan. BSM Kc Kudus telah melakukan berbagai bentuk promosi sesuai dengan acuan bauran promosi. Kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan menggunakan acuan/bauran promosi terdiri dari :

- a. *Advertensi*, yang merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat non personal. Media yang sering digunakan adalah radio, televisi, majalah, surat kabar, dan *billboard*.⁴⁷

Bentuk promosi tersebut telah di laksanakan oleh kementerian keuangan selaku penerbit dari Sukuk negara Ritel tersebut. promosi ini dialkukan melalui iklan, baik ditelevisi maupun media masaa seperti surat kabar. Untuk BSM sendiri yaitu dengan membuat brosure yang dibagikan kepada nasabah dan calon nasabah. sebagai tambahan juga memasarkan melalui sarana media sosial deperti yang tercantum dalam website resmi BSM.

- b. *Personal selling*, yang merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan pembicaraan dengan seseorangatau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terrealisirnya penjualan.⁴⁸

Sebagai perusahaan besar yang bergerak dibidang jasa BSM Kc Kudus juga telah menerapkan promosi dengan bentuk *personal selling*. Penjualan ini dilakukan langsung ketika berhadapan dengan nasabah. Dapat dicontohkan ketika *customer service* sedang melayani nasabahdan kemudian diselingi dengan promosi mengenai sukuk negara ritel, dengan menjelaskan berbagai informasi mengenai produk tersebut diharapkan dapat menjalin hubungan interpersonal dengan nasabah.

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 246.

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 251.

Selain itu juga dengan cara pihak bsm menghubungi langsung nasabah potensial yang telah diidentifikasi terlebih dahulu, serta dengan sistem jemput bola (dari rumah Kerumah) mendatangi kediaman nasabah secara langsung untuk menawarkan produk tersebut. Kemudian juga mengirimkan surat penawaran kepada nasabah yang mempunyai dana di BSM Kc Kudus.

- c. *Promosi penjualan*, yang merupakan segala kegiatan pemasaran selain personal selling, advertensi dan publisitas, yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pemeran, pertunjukan, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur dan kontinyu.⁴⁹

Untuk promosi penjualan, BSM sendiri merupakan agen penjualan sukuk. Sehingga sudah tentu BSM Kc kudus melakukan berbagai bentuk promosi penjualan seperti dibukanya konter tersendiri yang bertugas untuk mengurus masalah informasi maupun penjualan sukuk negara ritel.

- d. *Publisitas*, yang merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara non personal dengan membuat, baik yang berupa berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut didalam media tercetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.⁵⁰

Sebagai salah satu bentuk publisitas untuk memasarkan Sukuk Ritel adalah dengan di unggahnya berbagai bentuk informasi mengenai Sukuk Negara Ritel baik dari keuntungan hingga fitur serta resikonya dlaam bentuk web melalui website pemerintah kementerian keuangan

Untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya promosi yang telah dilakukan maka perlu untuk mengetahui bagaimana repon dari konsumen tersebut. Setelah melakukan promosi diatas BSM juga menganalisis bagaimana respon dari nasabahnya. Berdasarkan hasil wawancara

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 255.

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 258.

dinyatakan bahwa. Setelah ditempuhnya upaya pemasaran diatas sudah pasti selanjutnya Bank Syariah Mandiri harus mengetahui bagaimana respon dari nasabah mengenai produk sukuk ritel berdasar hasil wawancara menyebutkan komunikasi yang bsm lakukan untuk menawarkan dan memasarkan produk sukuk ritel mendapatkan respon yang baik bagi setiap nasabah. Respon tersebut berupa ketertarikan nasabah untuk mngetahui dan bertanya lebih mengenai sukuk ritel tersebut.

Respon yang baik dari nasabah ini merupakan suatu bentuk keberhasilan promosi dari sebuah perusahaan. Meskipun belum tentu semua nasabah akan membeli produk tersebut, paling tidak informasi yang ingin disampaikan sudah dapat diterima nasabah dengan baik. Keberhasilan promosi sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang tejalin antara penjual dan pembeli. Dalam manajemen pemasaran komunikasi ini disebut dnegan komunikasi pemasaran. Jika kita pahami komunikasi pemasaran merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh penjual dengan pembelinya dan merupakan kegitan yang membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik.⁵¹ Jika analisis respon baik dari nasabah merupakan sebuah bentuk keberhasilan dari komunikasi pemasaran yang mampu memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan nasabah itu sendiri.

Dapat disimpulkan, untuk memasarkan sukuk negara ritel BSM Kc Kudus telah melakukan berbagai upaya sesuai dengan kaidah mengenai teori promosi yang telah ada, mulai dari advertensi , personal selling, promosi penjualan hingga publisitas. Akan tetapi pada promosi penjualan BSM Kc Kudus belum melakukannya secara maksimal. Apabila BSM Kc Kudus Mampu mengembangkan metode atau cara promosi penjualan secara maksimal diharapkan dapat lebh banyak menarik minat nasabahnya. Meskipun demikian, BSM Kc Kudus tetap mampu menarik respon yang

⁵¹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta, 1997, hlm. 245.

positif dari nasabahnya baik itu potensial atau non potensial. Sebab dengan penyampaian informasi yang menyeluruh kemungkinan dapat menarik minat nasabah untuk tahun-tahun yang akan datang.

2. Analisis Pengetahuan Nasabah Bank Syari'ah Mandiri Kc Kudus mengenai Produk Sukuk Ritel

Pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan akal budinya untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Misalnya ketika seseorang mencicipi masakan yang baru dikenalnya, ia akan mendapatkan pengetahuan tentang bentuk, rasa, dan aroma masakan tersebut.⁵²

Hal yang sama juga terjadi pada produk maupun jasa yang dikeluarkan perusahaan. Pengetahuan sangat diperlukan jika sebuah perusahaan menginginkan produk yang mereka keluarkan dapat bertahan di pasar. Untuk itulah pengetahuan sangat penting bagi konsumen. Pengetahuan konsumen mempunyai pengertian semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁵³

Seperti pengetahuan mengenai produk maupun jasa lainnya, pengetahuan produk investasi juga sangat diperlukan untuk memberikan motivasi kepada masyarakat akan manfaat dan pentingnya investasi. Salah satu produk investasi yang saat ini mulai berkembang di BSM Kc Kudus adalah Sukuk Negara ritel. Meskipun bukan produk baru akan tetapi pemahaman dan pengetahuan masyarakat khususnya nasabah BSM Kc Kudus masih sangatlah minim.

Ada tiga pengetahuan yang seharusnya dimiliki oleh konsumen amupun nasabah sebuah produk. Yaitu pengetahuan produk, pengetahuan

⁵² <https://id.wikipedia.org/wiki/Pengetahuan> (10 Juli 2017).

⁵³ Eka Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen*, Nora media Enterprise, Kudus, 2010, hlm. 100-101.

pembelian, pengetahuan pemakaian. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa orang nasabah BSM Kc Kudus, didapatkan hasil sebagai berikut:

a. Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut/ fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.⁵⁴

Pada tingkat pengetahuan ini sebagian besar nasabah telah memiliki informasi meskipun dalam taraf yang masih sedikit. Dari tujuh nasabah yang diwawancarai terdapat lima orang nasabah yang mempunyai pengetahuan produk Sukuk Ritel. Pengetahuan yang nasabah miliki sebgaiian besar mengenai kategori, fitur dan harga produk yang ditawarkan dari Sukuk negara ritel. Dimana Sukuk merupakan produk investasi yang mempunyai fitur seperti imbalan yang lebih tinggi, pajak yang lebih rendah dll. Serta harga beli suksuk minimal lima juta rupiah.

b. Pengetahuan pembelian

Pengetahuan pembelian mencakupi bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan pemerolehan produk. Dimensi dasar pengetahuan pembelian melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan tentang dimana produk tersebut harus dibeli dan kapan pembelian harus terjadi.⁵⁵

Untuk jenis pengetahuan ini erat kaitannya dimana dapat diperoleh produk Investasi Sukuk Negara ritel. Dari tujuh nasabah ada tiga nasbaah yang menyebutkan Sukuk Negara Ritel dapat diperoleh melalui salah satu agennya yaitu BSM Kc Kudus.

⁵⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011, hlm. 148.

⁵⁵ James F Engel dkk, *Consumer Behavior*, Binarupa Aksara, Jakarta, 1994, hlm. 322.

c. Pengetahuan pemakaian

Pengetahuan pemakaian mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk.⁵⁶

Dalam kategori pengetahuan pemakaian sebagian besar nasabah yang telah peneliti wawancara tidak mengetahui apa kegunaan Sukuk Negara ritel hanya satu nasabah yang mampu menjelaskan kegunaan sukuk yaitu sebagai alat untuk membantu keuangan negara.

Setelah melakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh, dapat diambil kesimpulan bahwa, dari tiga jenis pengetahuan hanya dua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah BSM Kc Kudus mengenai Sukuk Ritel. Pengetahuan tersebut ialah Pengetahuan Produk dan pengetahuan Pembelian dimana pengetahuan produk lebih mendominasi dibandingkan kedua produk yang lain pembelian dan pemakaian. Sedangkan untuk pengetahuan pemakaian masih banyak nasabah yang kurang bahkan tidak mengerti kegunaan Sukuk ritel. Padahal Sukuk ritel merupakan produk investasi yang dikeluarkan pemerintah untuk membantu keuangan negara.

3. Analisis Sikap Nasabah Bank Syariah Mandiri Mengenai Produk Sukuk Negara Ritel

Sikap merupakan sebuah variabel antara yang menghubungkan ke proses mental atau kondisi mental yang menjelaskan konsistensi tentang tanggapan yang positif negatif dan lintas situasi terhadap objek.⁵⁷ Sikap sangat berhubungan dengan minat. Sudah dijelaskan di analisis sebelumnya bahwa minat sangat berhubungan dengan sikap. Tanpa adanya minat maka sikap tidak akan terbentuk. Begitu pula yang ada dalam pribadi seorang konsumen perlu adanya minat untuk mengemban sikap atas sebuah produk. Seperti halnya nasabah BSM Kc Kudus, seorang nasabah

⁵⁶ *Ibid.*, hlm. 324.

⁵⁷ A Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Amara Books, Jogjakarta, 2003, hlm. 162.

pun perlu mempunyai minat untuk menentukan pilihan terhadap Bank yang mereka inginkan.

Produk sukuk negara ritel merupakan produk investasi yang mungkin belum banyak dikenal karena terbatasnya waktu penawaran. Investasi ini hanya mempunyai masa penawaran selama satu bulan saja sehingga BSM Kc kudus akan semakin genjar mendekati masa tersebut dan selama masa penawaran. Berbagai macam upaya dilakukan untuk dapat menarik minat nasabah baik nasabah tabungan pembiayaan maupun nasabah umum, tak hanya sebatas itu, diharapkan juga dapat menjangkau calon nasabah.

Penting sekali bagi BSM Kc Kudus untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya promosi mengenai sukuk negara ritel. Hal ini diperlukan untuk mengukur besar pengetahuan serta minat terhadap produk sukuk negara ritel. Pengetahuan ini lah yang akan memberikan stimulus untuk menarik minat nasabah yang kemudian akan menentukan sikap dari seorang nasabah itu sendiri.

Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa nasabah BSM Kc Kudus untuk mengetahui sikap yang dimiliki nasabah mengenai produk investasi sukuk negara ritel. Setelah dilakukannya wawancara dengan tujuh orang nasabah BSM Kc Kudus didapatkan hasil pada awalnya nasabah menolak ketika peneliti ingin menjelaskan mengenai sukuk negara ritel akan tetapi setelah kami memberikan informasi kepada nasabah yang belum mempunyai pengetahuan ternyata mereka mempunyai minat terhadap produk ini. Dari 7 orang nasabah yang kami wawancarai ada dua nasabah BSM Kc Kudus yang tidak mempunyai minat terhadap produk ini, dan untuk lima orang yang lain ada tiga orang yang merasa tidak tertarik tetapi setelah kami memberikan pengetahuan ternyata mereka berminat untuk menambah informasi dan mereka bersedia akan membeli jika di buka lagi penawaran sukuk negara ritel.

Sikap yang ditunjukkan oleh para nasabah BSM Kc Kudus mengenai Produk Sukuk Negara Ritel dipengaruhi oleh tiga komponen yaitu komponen kognitif, komponen afektif, konatif.

- a. Komponen kognitif merupakan pengetahuan(*cognitif*) dan persepsi yang diperoleh melalui kombinasi langsung dengan objek sikap (*attitude object*) dan informasi terkait yang didapat dari berbagai sumber.⁵⁸

Untuk komponen ini dimiliki oleh nasabah BSM Kc Kudus yang mempunyai pengetahuan terhadap produk Sukuk negara Ritel sesuai dengan hasil wawancara mengenai pengetahuan yang disampaikan oleh empat orang nasabah. Mereka mengungkapkan pengetahuannya mengenai sukuk dan juga pengalaman mereka yang memperoleh informasi langsung mengenai produk ini

- b. Komponen afektif adalah emosi atau perasaan terhadap suatu produk atau merek tertentu.⁵⁹

Komponen ini ternyata ditemukan pada satu orang nasabah bank syariah mandiri kc kudus dimana dia telah menjadi nasabah sukuk negara ritel. Karena ketertarikannya pertama kali mendengar mengenai sukuk negara ritel ini menyebabkan dia meyakini dan memilikikepercayaan terhadap produk ini. Selain itu dengan hasil yang ia peroleh, ada perasaan puas dalam diri nasabah tersebut.

- c. Komponen konatif adalah kecenderungan seseorang melakukan tindakan dengan cara tertentu terhadap suatu objek.⁶⁰

Pengaruh komponen yang ketiga ini sepertinya belum terjadi pada nasabah Bank syariah Mandiri yang telah diwawancarai karena pada dasarnya mereka tidak begitu mengenal dan bukan merupakan nasabah sukuk negara ritel.

Setelah menganalisis data mengenai sikap nasabah BSM Kc Kudus dapat ditarik kesimpulan bahwa, segala bentuk sikap nasabah bank syariah mandiri dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki maka sikap positif yang akan di tunjukan.

⁵⁸ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*, ANDI, Yogyakarta, 2016, hlm. 71.

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 72.

⁶⁰ Sudaryono, *Loc.Cit.*,

Selain itu Ada tiga komponen yang membentuk sikap dalam diri nasabah yaitu komponen kognitif, afektif, dan konatif.

4. Analisis Data Tentang Kendala dan Solusi Sosialisai Produk Sukuk Ritel

Banyak kendala yang dialami selama promosi produk sukuk negara ritel. Berdasarkan wawancara yang peneliti dapatkan ketika melakukan penelitian dengan bapak nor saiz beliau menyebutkan,. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran sukuk ritel tidak begitu banyak. Tetapi masalahnya lebih kepada minat nasabah itu sendiri. sukuk ritel merupakan investasi jangka panjang yaitu selama tiga tahun. Sehingga nasabah harus menunggu selama itu untuk mendapatkan uangnya kembali (uang pokok). Kebanyakan nsabah yang pernah ditawarkan investasi Sukuk Negara Ritel memperlmasalahkan hal ini, sehingga mereka yang awalnya tertarik urung membeli produk ini. Mereka beralasan kalau mereka tidak bisa meenunggu selama itu jika terjadi sesuatu hal yang mendesak maka uangnya tidak bisa di ambil.

Ditambahkan pula oleh Bpak saiz dimana kendalalain yang dihadapi oleh BSM berupa sukuk yang berbentuk saham dimana untung ataupun rugi dapat berubah sewaktu waktu. Sesuai dengan pernyataan beliau : kendala lain yang membuat nasabah enggan untuk berinvestasi di sukuk. Sukuk ini berbentuk saham sehingga bisa untuk maupun rugi. Mngkin tahun ini harganya tinggi namun bisa jadi tahun depan rugi. Untuk nasabah awan yang blum pernah tau ataupun mngenal investasi selain deposito pasti menolak karena takut dengan resiko rugi tersebut.

Pernyataan lain yang didapatkan peneliti ketika melakukan wawancara dengan ibu Choliatun selaku marketing Sukuk Negara Ritel memberikan penjelasan, yang menjadi kendala dalam pemasaran produk ini selain jangka waktu dan minat nasabah, kendala lain yang ditemui ketika saya menjual sukuk negara ritel adalah tingkat kepercayaan nasabah yang masih rendah. hal ini dipengaruhi karena sukuk negara ritel belum

begitu terkenal bagi sebagian masyarakat khususnya untuk masyarakat Kudus dimana BSM Kc Kudus berada. Mungkin beda dengan masyarakat kota besar yang telah mempunyai pengetahuan yang cukup mumpuni mengenai sukuk. Karena tingkat pendidikan juga dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan suatu masyarakat.

Narasumber peneliti juga menambahkan keterangannya mengenai kendala yang dihadapi BSM dalam Promosi Sukuk Negara Ritel disebutkan, pangsa pasar juga menjadi salah satu kendala yang kami hadapi selama ini. Karena ada tingkatan nasabah yang bukan berada pada kelas sukuk. Sukuk merupakan produk dengan pangsa pasar menengah dimana konsumen tersebut terdiri dari pensiunan, profesional, ibu rumah tangga, yang mempunyai dana menganggur yang tidak digunakan. Karena pangsa pasar menengah ini lah yang sulit untuk dikuasai karena kebanyakan lebih suka dengan deposito.

Setelah dilakukannya wawancara tersebut peneliti dapat mengambil kesimpulan, ada lima hal yang menjadi kendala dalam memasarkan sukuk negara ritel. Kendala-kendala tersebut juga menjadi faktor dalam mempengaruhi sikap nasabah. Kendala tersebut antara lain :

a. Kendala yang pertama ialah minat nasabah terhadap sukuk

Kendala yang dihadapi BSM Kc Kudus bukanlah dari promosi ataupun komunikasi pemasaran yang telah dilakukan. Tetapi, kendala yang dihadapi oleh BSM Kc Kudus lebih kepada minat dari nasabah itu sendiri. Minat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.⁶¹ Minat menentukan sikap yang menyebabkan seseorang berbuat aktif dalam pekerjaan (menjadi sebab sesuatu kegiatan) oleh karena itu, minat besar pengaruhnya terhadap segala aktifitas. Minat sendiri bersifat sangat pribadi orang

⁶¹ Tim Penyusun Pusat Pembinaan dan pengembangan Bahasa, *KBBI*, Balai Pustaka, Jakarta, 1995, hlm. 656.

lain tidak bisa menumbuhkannya, apalagi memelihara dan mengembangkannya.⁶²

Oleh karena itu, minat tidak dapat di paksakan terhadap seseorang. Meskipun produk yang ditawarkan sangat menarik tapi seseorang tidak mempunyai minat maka percuma saja. Seperti halnya BSM Kc Kudus, promosi yang dilakukan telah memenuhi semua acuan promosi dan pesan yang disampaikan juga sudah mempunyai unsur persuasi dengan banyaknya keuntungan yang ditawarkan oleh Sukuk negara Ritel. Akan tetapi, jika kelebihan tersebut tidak mampu memnarik minat nasabah sudah tentu nasabah tidak akan mau bahkan tidak tertarik dengan produk tersebut.

b. Tingkat kepercayaan nasabah terhadap produk sukuk negara ritel

Kepercayaan merupakan kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu, kepercayaan sering disebut perkaitan objek-atribut (*object- attribute linkage*), yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan. Sementara mowen dan minor (2002) mendefinisikan kepercayaan konsumen sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.⁶³

Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*believe*) dan perilaku (*Behavior*). Konsumen biasanya memiliki kepercayaan terhadap atribut suatu produk yang mana atribut tersebut merupakan image yang melekat dalam produk tersebut. karena suatu produk memiliki atribut, maka kepercayaan dan pengetahuan konsumen terhadap produk biasanya dikaitkan dengan atributnya. Sikap menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut.⁶⁴

⁶² Ahmad D Marimba, *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam*, Al Ma'arif, Bandung, 1989, hlm. 88-89.

⁶³ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, ANDI, Yogyakarta, 2013, hlm. 201.

⁶⁴ Eka Rahayu Ningsih, *Op. Cit.*, hlm. 123.

Jika kita analisis kepercayaan merupakan salah satu komponen yang membentuk sikap seorang konsumen. Jika kepercayaan tidak terbentuk dalam diri seorang nasabah maka sudah tentu tidak akan ada pengaruh apa pada sikap nasabah itu sendiri.

c. Fitur berupa jangka waktu sukuk

Fitur merupakan salah satu komponen pada atribut produk. Fitur mempunyai arti sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing.⁶⁵ Perusahaan dapat menciptakan model tingkat lebih tinggi dengan menambah feature. Feature adalah suatu alat bersaing untuk mendiferensiasi (membedakan) produk perusahaan dari produk pesaing. Sebagai produsen pertama memperkenalkan suatu feature baru yang dibutuhkan dan bernilai adalah salah satu cara bersaing yang paling efisien.⁶⁶

Fitur sangatlah penting untuk sebuah produk, karena fitur akan menjadi daya tarik bagi konsumen. Akan tetapi pada kenyataannya fitur sukuk negara ritel yang mempunyai jangka waktu tiga tahun, kurang menjadi daya tarik untuk konsumen. Dibandingkan dengan produk investasi yang lain seperti deposito yang jangka waktunya cenderung lebih pendek. Feature yang kurang menguntungkan seperti ini akan mempengaruhi ketertarikan nasabah. Jika kita analisis jangka waktu yang panjang bukanlah fitur yang mampu menjadi senjata sebagai alat bersaing dengan produk yang lain karena ternyata menjadi kelemahan dari sukuk negara ritel.

d. Bentuk sukuk yang berupa saham

Saham adalah surat berharga yang menunjukkan bagian kepemilikan atas suatu perusahaan. Investasi bentuk ini sangat beresiko karena untung maupun rugi bisa berubah sewaktu. Ini juga yang ada pada sukuk negara ritel meskipun dijamin oleh negara tapi harga jual

⁶⁵ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi ke-12*, Erlangga, Jakarta, 2008, hlm. 272.

⁶⁶ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, CV Yrama Widya, Bandung, 2012, hlm. 97.

sukuk negara riel bisa berubah. Resiko seperti inilah yang harus dihadapi oleh para nasabah bila berinvestasi bentuk saham. Jika kita analisis kendala seperti ini sangat berhubungan dengan pengetahuan dari nasabah mengenai resiko dalam pembelian sebuah produk. Dua hal penting untuk memahami persepsi resiko ini adalah adanya ketidakpastian (*uncertainty*) dan konsekuensi (*consequences*).⁶⁷ Kedua pengetahuan tentang ini lah yang tidak dimiliki nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Kudus sehingga mau tidak mau mereka lebih memilih produk bebas resiko yang benar-benar terjamin.

e. Pangsa pasar yang masih sedikit

Pangsa pasar sangat penting dalam manajemen pemasaran, tanpa pangsa pasar maka produk akan sulit untuk dipasarkan. Maka dalam pemasaran sukuk negara ritel perlu diidentifikasi pasar yang hendak dituju. Maka perlu dilakukan *targeting* pasar, yang dimaksud dengan target pasar merupakan keputusan yang akan dituju oleh perusahaan yang terdiri dari sejumlah pembeli yang memiliki kebutuhan dan karakteristik seperti dimaksudkan perusahaan.⁶⁸ Dalam pemasaran Sukuk negara ritel BSM Kc Kudus telah menentukan target pasarnya akan tetapi tetap saja jika memasarkan produk yang belumbegitu dikenal masyarakat maka sama saja akan sulit.

Kendala tersebut akan tetap menjadi masalah jika tidak selesaikan untuk itulah Bank Syariah Mandiri Kc Kudus melakukan beberapa solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. beberapa solusi yang dilakukan disampaikan pada wawancara dengan Bapak nor Saiz beliau menyebutkan Ada beberapa solusi yang diambil untuk mengatasi kendala tersebut seperti kendala jangka panjang dimana BSM mengatasinya dengan menentukan target pasar pada nasabah yang mempunyai dana mengganggu di BSM. Kemudian untuk solusi yang lain yaitu dengan membantu

⁶⁷ Eka Rahayu Ningsih, *Op.Cit.*, hlm.110.

⁶⁸ Eka Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran*, Dipa Stain Kudus, Kudus, 2008, hlm. 96.

nasabah menjualnya ditengah masa jangkanya atau sebelum jatuh tempo.

Selain itu ketangan lain di sampaikan oleh ibu choliatun yang memberikan tambahan mengenai solusi terhadap kendala yang dihadapi dalam pemasaran Sukuk Negara Ritel. Hasil wawancara tersebut, untuk mengatasi kendala tersebut dengan cara menggali terlebih dahulu kebutuhan dari konsumen tersebut jika sudah baru kita tawarkan apakah berminat dengan sukuk atau bukan, kemudian mengirimkan surat penawaran pada nasabah dengan kriteria mempunyai dana menganggur di BSM serta melakukan pemasaran dengan target pasar yang sesuai dengan produk sukuk negara ritel, yaitu pensiunan, profesional, ibu rumah tangga yang mempunyai dana menganggur dan tidak digunakan.

Dari data yang diperoleh, ada beberapa solusi yang diambil oleh BSM Kc Kudus untuk mengatasi masalah atau kendala yang dihadapi ketika memasarkan sukuk negara ritel. Setelah dilakukannya evaluasi terhadap kendala tersebut maka didapatkan solusi sebagai berikut:

- a. Menentukan target pasar yang sesuai dengan produk investasi sukuk ritel yaitu kelompok masyarakat menengah

Solusi yang pertama lebih kepada menganalisis segmen dan target market yang sesuai dengan produk sukuk negara ritel. Kedua hal tersebut sangat berkaitan karena target pasar merupakan hasil evaluasi dari segmentasi pasar. Segmentasi pasar merupakan suatu usaha untuk meningkatkan ketepatan pemasaran perusahaan. Segmen pasar terdiri dari kelompok besar yang dapat diidentifikasi dalam sebuah pasar dengan keinginan daya beli, lokal geografis, perilaku pembelian dan kebiasaan pembelian yang serupa.⁶⁹ Sedangkan target pasar ialah keputusan pasar yang kan dituju oleh perusahaan yang terdiri dari sejumlah pembeli yang memiliki kebutuhan dan karakteristik seperti yang dimaksudkan perusahaan.⁷⁰ Hal inilah yang dilakukan oleh BSM

⁶⁹ *Ibid*, hlm. 86-87.

⁷⁰ *Ibid*, hlm. 96.

Kc Kudus yaitu dengan menentukan segmen pasar yaitu kelas menengah dan selanjutnya menentukan target pasarnya dan hasil yang didapat yaitu kelas menengah yaitu yang terdiri dari pensiunan profesional, ibu rumah tangga dan nasabah yang mempunyai dana menganggur.

- b. Membantu penjualan sukuk negara ritel sebelum jatuh tempo

Untuk solusi yang satu ini berdasarkan kelebihan yang dimiliki oleh sukuk negara ritel dimana sukuk bisa di jual di pasar sekunder. BSM mengambil solusi ini karena sukuk mempunyai masa periode selama tiga tahun sehingga nasabah perlu menunggu lama untuk mendapatkan uang pokonya kembali. Untuk itulah BSM berusaha membantu kesulitan yang dialami nasabah sukuk dengan menjadi perantara penjualan sukuk sebelum jatuh tempo.

- c. Menggali kebutuhan dari masyarakat, terlebih dahulu sebelum menawarkan produk sukuk

Memasarkan sebuah produk memang tidak semudah membalikkan telapak tangan. Perlu strategi yang mumpuni dan matang agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Sebelum melakukan pemasaran perlu digali terlebih dahulu kebutuhan dari konsumen atau nasabah. Hal ini diperlukan untuk memberikan motivasi kepada nasabah mengenai produk tersebut. Motivasi merupakan suatu penggerak dari dalam hati seseorang untuk melakukan atau mencapai tujuan. Motivasi juga bisa dikatakan sebagai rencana atau keinginan untuk menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan hidup.

- d. Mengiriman surat penawaran pada nasabah yang mempunyai dana menganggur di BSM Kc Kudus.

Ini merupakan solusi dimana BSM Kc Kudus melakukan penawaran langsung kepada nasabah yang telah ditentukan. Promosi semacam ini bisa disebut juga personal selling, yaitu Personal selling merupakan penyajian secara lisan oleh perusahaan kepada satu atau beberapa calon pembeli dengan tujuan agar barang atau jasa yang

ditawarkan dapat terjual. Jadi dalam personal selling terdapat kontak pribadi secara langsung antara penjual dan pembeli, sehingga dapat menciptakan komunikasi dua jalur antara pembeli dan penjual. Personal selling dapat diartikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih secara bertatap muka untuk menimbulkan hubungan timbal balik dalam rangka membuat, mengubah, menggunakan, dan atau membina hubungan komunikasi antara produsen dengan konsumen.⁷¹

Selain kendala yang berasal dari Bank Syariah Mandiri Kc Kudus itu sendiri ternyata kendala juga berasal dari nasabah. kendala yang di rasakan nasabah sebenarnya berasal dari produk sukuk bisa berupa fitur atau hal lain yang menurut nasabah memberatkan maupun mempengaruhi nasabah. berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan beberapa waktu lalu dengan nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Kudus, ada kendala yang berasal dari nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus. secara garis besar ada dua masalah atau kendala yang menyebabkan nasabah urung membeli sukuk negara ritel yaitu

a. Nominal pembelian sukuk sebesar 5 juta rupiah

Sukuk negara ritel merupakan investasi yang bertujuan membantu keuangan negara, dalam penetapan nilai nominal sukuk dibandrol satu unitnya sebesar satu juta. Akan tetapi nilai minimal pemesanan sebesar lima juta rupiah. Dari beberapa keterangan nasabah mengungkapkan besarnya nilai nominal pemesanan karena tidak semua orang mempunyai uang sebanyak nominal tersebut. Apalagi telah dijelaskan di awal bahwa target market yang hendak dituju Bank Syariah Mandiri adalah kalangan pensiunan, ibu rumah tangga.

b. Sukuk termasuk investasi jangka panjang

Sukuk negara ritel merupakan salah satu produk investasi jangka panjang yang masanya mencapai tiga tahun. Jangka panjang ini diharuskan nasabah menunggu beberapa waktu lamanya untuk mendapatkan uangnya kembali. Hal ini yang membuat banyak nasabah

⁷¹ Sofyan Assauri, *Op.Cit.*, hlm. 251.

keberatan karena jangka waktu yang terlalu lama, berbeda dengan investasi lain yang masanya jauh lebih pendek. Hal ini dirasa beberapa nasabah tidak efisien, karena harus menunggu lama untuk mendapatkan kembali uangnya. Lebih-lebih ketika terjadi kebutuhan yang mendesak akan sulit mendapatkan uangnya kembali.

Sudah pasti keberatan yang dialami nasabah tersebut membuat mereka urung membeli sukuk, yang berimbang pada jumlah pembeli sukuk negara ritel di BSM Kc Kudus. akan tetapi keberatan yang dialami nasabah tersebut tidak selamanya akan terjadi jika ada solusi yang tepat untuk mngatasinya. Solusi terseut tak hanya berasal dari lembaga atau perusahaan yang berwenang saja tetapi juga bisa berasal dari masyarakat yang akhirnya direalisasikan. Realisasi ini dilakukan dari evaluasi solusi yang dituturkan masyarakat ketika terjadi keluhan.

Menurut penuturan ibu Dian Fatmawati dan ibu Banun Khoiriyah mereka mengungkapkan, Agar nominal pembelian minilal sukuk Negara ritel di turunkan agar iburumah tangga seperti mereka mampu untuk menjangkaunya. Hal lain diungkapkan ibu yaya dimana beliau berharap bahwa, jangka waktu sukuk dikurangi atau BSM Bisa memberikan solusi lain, agar para pembeli tidak harus meunggu lama untuk mendapatkan uangnya kembali, jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan dan kebutuhan yang mendesak.

Dari pernyataan diatas du hal yang dirasa nasabah Bank Syariah Mandiri bisa menjadi altenatif untuk mereka dalam mengatasi kendala atau masalah yang menjdi pengahmbat untuk membeli Sukuk Negara Ritel. Menurut bebebrapa nasabah, sebaiknya jumlah minimal dikurangi krena minimal pembelian sebesar 5 juta dirasa memberatkan untuk kalangan menengah. Jika nominal diturunkan dimungkinkan banyak warga yang tertarik dengan produk investasi ini. Solusi lain yang diungkapkpn nasabah yaitu agar jangka waktu sukuk dikurangi atau ada solusi lain yang mampu memberikan kemudahan baginasabah ketika sedang empunyai kebutuhan yang mendesak, dapat mengambil uangnya kembali.