

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH**

**Abdul Kholik<sup>1</sup>, Dewi Fatmasari<sup>2</sup>, Toto Suharto<sup>3</sup>**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

Email: abdul@gmail.com

---

**KATA KUNCI**

*Bank Syariah Indonesia,  
Pembiayaan Murabahah,  
Strategi  
Pengembangan Produk.*

---

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan dan kendala dalam pembiayaan murabahah di BSI KCP Arjawinangun; untuk mengetahui solisi dan penyelesaian permasalahan pembiayaan di BSI KCP Arjawinangun. dan ; untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan pada BSI KCP Arjawinangun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan jenis penelitian studi kasus pada objek. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada pemecahan masalah dengan mengumpulkan data lapangan, menyusun data aktua mengenai strategi pengembangan produk pada bank syariah indonesia dalam meningkatkan pembiayaan murabahah sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa strategi pengembangan produk pembiayaan murabahah sudah dilakukan dengan baik, karena kepuasan nasabah sangat penting apabila pembiayaan murabahah sesuai dengan kebutuhan atau harapan nasabahnya. Dapat disimpulkan bahwa Dalam strategi pengembangan produk pembiayaan murabahah kepuasan nasabah lebih diutamakan sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah dapat terpenuhi melalui pembiayaan murabahah.*

---

Abdul Kholik

Email: abdul@gmail.com

artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi



## **PENDAHULUAN**

Lembaga keuangan pada saat ini telah mengalami banyak sekali perkembangan yang cukup pesat terutama di era digital saat ini. Banyak sekali lembaga keuangan yang telah beroperasi di masyarakat, baik perbankan maupun non bank. Dalam pelaksanaan kegiatannya lembaga tersebut memberikan produk maupun jasa kepada setiap nasabahnya untuk digunakan. Perbankan memiliki berbagai jenis seperti pada umumnya seperti pada Bank Konvensional dan Bank Syariah. Pada sistem perbankan di Indonesia itu sendiri menggunakan sistem perbankan ganda yang dalam mengoperasikannya menggunakan dua jenis bisnis bank, yaitu bank syariah dan bank konvensional. Berbeda dengan definisi kredit yang mengharuskan debitur untuk membayar kembali pinjaman dengan memberikan bunga kepada bank, pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, pembayaran pinjaman dengan pembagian keuntungan didasarkan pada perjanjian antara bank dan debitur (Chadziq, 2017). Pada bank konvensional sistem yang digunakan berdasarkan prinsip terdahulu dimana sistem pengoperasiannya di sesuaikan dengan kondisi global dan kondisi suatu Negara, sedangkan perbankan syariah menggunakan prinsip syariah dimana menggunakan keterkaitannya dengan al-qur'an dan hadits Rasulullah (Mantovani, 2021).

Salah satu lembaga keuangan bank berbasis syariah adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank ini merupakan hasil penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI syariah menjadi satu. Bank Syariah Indonesia menjadi bank syariah Milik HIMBARA (Himpunan Bank Milik Negara) (Sulistyaningsih, 2021). BSI telah diakui dan diresmikan pada bulan februari 2021 sebagai bank syariah dengan melalui *merger* 3 bank. *Merger* dari 3 bank tersebut ditujukan agar perbankan syariah dapat menjadi kinerja yang lebih baik dengan penguatan kinerja perbankan syariah nasional, maka diperlukannya skala aset bank syariah yang besar Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga bank syariah ini diharapkan dapat memberikan pilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional (Alhusain, 2021). Selain itu, marger bank syariah dinilai dapat lebih efisien dalam penggalangan dana, oprasional dan belanja, dan melalui Merger Bank syariah diharapkan perbankan syariah tumbuh dan menjadi energy baru untuk ekonomi nasional dan menjadi bank BUMN yang sejajar dengan BUMN lainnya (Irawan et al., 2021).

Bank Syariah Indonesia memiliki kantor cabang pembantu seperti pada penelitian ini menggunakan kantor cabang pembantu wilayah arjawinangun, dimana akan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi melalui lembaga perbankan syariah. BSI KCP Arjawinangun memiliki sistem pengoprasian yang mengikuti kantor pusat namun dalam kinerjanya setiap BSI memiliki keunggulan dan kualitas yang berbeda-beda, seperti pada umumnya dimana keunggulan perbankan syariah adalah terbesar dari unsur *MAGHRIB* (*maisyir, gharar, riba, dan bathil*) yang mana hal tersebut dilarang oleh Islam, tidak hanya itu beberapa peraturan di BSI telah tertera pada Undang-undang dasar, Fatwa DSN-MUI, OJK sehingga masyarakat tidak perlu khawatir dalam menggunakan produk dan jasa yang terdapat pada Bank Syariah (Bank Syariah Indonesia., 2022).

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, bank juga mengikuti konsep yang diberikan dan menyesuaikan perkembangan yang harus mampu meningkatkan dan memberikan inovasi baru pada produk dan jasa serta layanannya. Hal tersebut dikarenakan sebagai usaha manajemen operasional dalam menghadapi kebutuhan setiap nasabah (Kholifah, 2018). Dalam kegiatan operasionalnya pihak Bank syariah memiliki sistem berdasarkan prinsip ekonomi syariah Islam, sehingga memberikan sebuah produk yang tidak mengandur unsur yang diharamkan oleh agama islam seperti *maisyir, gharar,*

*riba* dan *bathil*. Pada bidang jasa yang berinteraksi sesuai produk perbankan syariah sehingga pengembangannya selalu melakukan perbaikan dan menghasilkan produk baru yang berbeda dari produk yang telah ada. Memberikan inovasi baru memiliki peran penting untuk merambah dan menguasai pasar yang selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Produk dan jasa yang diberikan harus menghasilkan kualitas dan efektif dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya, sehingga penilaian yang diberikan oleh pengguna dapat dikatakan baik. Pengembangan produk yang terspesialisasi dan dinamik membawa ke arah yang lebih baik, strategi yang tepat dan aspek yang mendukung membawa perusahaan kepada ke arah yang dinamis untuk kepuasan nasabah (Mukhlisin & Suhendri, 2018).

Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun memberikan dampak positif kepada Nasabah dimana hadirnya Bank Syariah Indonesia tersebut menjadi pembeda diantara lembaga keuangan lainnya, sehingga dapat diketahui bahwa bank syariah dapat mengalami kemajuan yang sangat pesat dan membuat taraf perekonomian mejadi meningkat kearah yang lebih baik, terutama di wilayah Arjawinangun. Sebelum menjadi BSI bank tersebut bernama BRI Syariah yang pengoprasiannya masih sama dengan tujuan utama menerapkan prinsip syariat Islam. Dalam segi pembiayaan juga BRI Syariah sudah mengalami perkembangan, dana pembiayaan yang dimiliki juga tergolong cukup besar.

**Tabel 1. Data Pembiayaan Murabahah tahun 2019 s/d 2021**

Nama Bank	Tahun	Anggaran
Sebelum Marger		
BRI Syariah	2019	Rp. 11.250.000.000
BRI Syariah	2020	Rp. 11.910.000.000
Sesudah Marger		
BSI	2021	Rp. 13.720.000.000

(Sumber: Laporan Keuangan Pada BSI KCP Arjawinangun)

Dari data diatas dapat diketahui bahwa setelah merger tiga bank pada BSI KCP Arjawinangun dana yang disalurkan kepada nasabah mengalami peningkatan sebesar Rp. 13.720.000.000 hal tersebut memiliki kaitan dengan merger dimana bank syariah indonesia dapat meningkatkan mutu pembiayaan dimana BSI dapat berkembang dan terus maju.

Pihak Bank Syariah memiliki beberapa produk yang terdapat dalam melayani nasabahnya, sehingga produk yang diberikan memberikan manfaat bagi para penggunanya. Pada produk yang ditawarkan oleh pihak bank harus memiliki strategi yang sesuai dalam memasarkan produknya, dimana apabila pihak perusahaan tidak dapat menyesuaikan kondisi produk dan sistem pemasaran maka akan menurunkan penggunaan jasa bank syariah. Strategi pengembangan produk dapat memberikan potensi keuntungan dan risiko didalamnya, aktifitas tersebut mencakup berbagai faktor agar mencapai titik keberhasilan yang seimbang. Pihak perusahaan harus dapat mempertimbangkan berbagai hal untuk mendekati strategi managerial (Sari, 2017).

Dalam menjalankan usahanya pihak perusahaan harus dapat menjalani proses pemasaran dengan baik, dalam sebuah bisnis selalu berkenaan dengan mengenali dan memenuhi kebutuhan *Customer*. Pemasaran yang sebagai rantai dari pemenuhan kebutuhan konsumen agar mencapai kepuasan yang optimal. Pemasaran produk menjadi

upaya yang dapat membuat perkembangan pada perusahaan agar menjadi lebih maju untuk mencapai tujuan utama (Azizah & Nugraheni, 2020).

Perkembangan BSI KCP Arjawinangun setelah mengalami merger 3 Bank Syariah memiliki kendala dalam pengembangan produknya, hal tersebut dapat membuat pihak BSI mengalami keterlambatan dalam kegiatan operasionalnya, seperti karyawan yang kurang cekatan dalam melayani nasabah dikarenakan jumlah nasabah yang banyak dan kurang mampu menjelaskan produk-produk di dalamnya dengan detail, dan hanya menyampaikan intinya saja. Kemudian banyak masyarakat yang masih menganggap bahwa BSI tidak jauh berbeda dengan bank konvensional yang mana terdapat bunga pada bank syariah, sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih menabung di Bank Konvensional.

Dalam mengembangkan produknya itu sendiri pihak BSI harus dapat mengatasi berbagai masalah dan risiko didalamnya, apabila pihak perusahaan tidak dapat mengatasi masalah tersebut maka akan berdampak bagi penurunan keuntungan dan kegagalan produk yang dipasarkan, maka nasabah tidak akan berminat untuk menggunakan produk tersebut. Dalam penggunaan layanan produk dan jasa di BSI kebanyakan nasabah adalah mayoritas orang awam, sehingga penyampaian informasi terkait Produk-produk syariah yang terdapat pada BSI cukup sulit untuk dimengerti, namun produk *Murabahah* merupakan produk yang paling mudah dimengerti saat pemberian informasi. Produk tersebut merupakan produk yang paling mudah digunakan dalam bertransaksi seperti lebih cepat. Dalam *murabahah*, penjual harus memberitahu harga produk yang di beli dan menentukan keuntungan sebagai tambahannya (Hakim, 2017).

Sebuah pengembangan produk merupakan upaya menarik minat para nasabah untuk membeli dan menggunakan produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut karena mereka merasa puas terhadap produk yang selama ini sudah diluncurkan, dipromosikan dan dijual oleh perusahaan yang bersangkutan (Suprpto, 2019). Karena yang menjadi sasaran adalah para nasabah lama, strategi pengembangan produk mencakup tiga jenis kegiatan, yaitu pengembangan dan meluncurkan produk baru, mengembangkan variasi mutu produk lama, dan mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan terhadap produk lama itu. Upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas juga diperlukan seperti pada halnya di produk pembiayaan *murabahah* yang berdampak pada kinerja perusahaan dimana pihak BSI dan dapat meningkatkan taraf mutu perusahaan agar lebih baik dari sektor lks lainnya, produk bank syariah harus mampu memberikan keunggulan agar merespon perubahan minat masyarakat sehingga terciptanya kelayakitan yang tertuju pada pihak BSI KCP Arjawinangun.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan yang dilakukan oleh Sari, (2017). Perbedaan penelitian tersebut terdapat pada objek penelitian dan strategi yang dilakukan, sedangkan persamaan penelitian tersebut yaitu pada jenis produk penelitian yang diteliti dan pada sector lembaga keuangan syariah berupa bank syariah. Kemudian pada hasil penelitian menyatakan bahwa, cara meningkatkan kualitas produk itu sendiri didapatkan melalui keseluruhan harapan nasabah sehingga selera akan berpengaruh dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk tersebut, kemampuan dalam menjual produk tersebut sesuai dengan prinsip syariah dan memiliki aspek-aspek yang menjadi faktor pendukung perusahaan upaya meningkatkan kualitas pembiayaan.

Berikutnya, penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2021). Perbedaan penelitian tersebut terdapat pada objek penelitian yang menyebutkan bahwa bank indonesia yang terlalu luas dan tidak membahas mengenai produk bank syariah, sedangkan persamaan penelitian tersebut yaitu pada sector lembaga keuangan syariah berupa bank syariah

Indonesia. Kemudian pada hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa merger tiga bank membawa berbagai dampak dalam berbagai aspek, dimana dampak tersebut kepada nasabah, karawan, dan masyarakat.

Berikutnya, penelitian yang dilakukan oleh (Biasmara & Srijayanti, 2021). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa Kinerja ketiga Bank Umum Syariah anak perusahaan BUMN sebelum dimerger, selama lima tahun terakhir menunjukkan bahwa CAR dan NPF memiliki kinerja yang memuaskan. Dimana nilai rata-rata CAR dapat melebihi dari standar minimum yaitu sebesar delapan persen.

Berikutnya, penelitian yang dilakukan oleh Syahvitri, (2022). Perbedaan penelitian terletak pada pemfokusan penelitian yang mana bertujuan untuk menarik minat nasabah. Sedangkan Persamaan penelitian tersebut yaitu pada jenis produk penelitian yang diteliti dan pada sektor lembaga keuangan syariah berupa bank syariah Indonesia dan produk *murabahah*. Kemudian pada hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa strategi marketing yang berhasil diterapkan di Bank Syariah Indonesia adalah dari segi promosi dan silaturahmi yang erat membuat produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KC Stabat mengalami peningkatan, dimana strategi tersebut mencakup berbagai cara seperti sosialisasi kepada masyarakat, menjalin kerjasama antara sesama karyawan, menyebarkan brosur produk BSI, dan yang terpenting adalah menjalin silaturahmi dengan instansi lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui Permasalahan dan Kendala Dalam Pembiayaan *Murabahah* di BSI KCP Arjawinangun, untuk Mengetahui Solusi dan Penyelesaian Permasalahan Pembiayaan di BSI KCP Arjawinangun dan untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pengembangan Pada BSI KCP Arjawinangun. Penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan evaluasi penilaian kinerja dan perencanaan untuk masa mendatang bagi pihak BSI.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Metode penelitian yang digunakan.**

Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Peneliti ingin memahami tentang interaksi sosial, memahami perasaan orang-orang yang sedang diteliti (Sugiyono, 2019). Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), peneliti melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan dengan cara wawancara langsung dengan karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.

### **B. Objek dalam penelitian**

Pada penelitian ini objek yang diteliti adalah Lembaga Keuangan Syariah berupa sektor Perbankan yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun. Data primer bertujuan untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya terkait hal-hal yang dibutuhkan penulis. Pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara. Wawancara ini dilakukan kepada pihak Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun. Data sekunder pada penelitian ini merupakan data yang diambil melalui dokumen, buku, jurnal, dan sumber yang tertulis lainnya.

### **C. Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerjadengan data, mengorganisasikan data, memilih-milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Maka dari itu tekik

analisis data dibagi menjadi 4 tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi, dan penyajian data, dan penarikan simpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Kendala dan Masalah**

Menurut wawancara dengan bapak shopi selaku staff marketing mengungkapkan bahwa:

*“dalam pengembangan produk sendiri sih insyaallah produknya sudah lengkap jadi permasalahannya terletak pada bagaimana cara memperbanyak nasabah pembiayaan murabahah, karena mayoritas penduduk negara kita kan muslim nah dengan demikian kita banyak memperkenalkan produk syariah kepada masyarakat dan pembiayaan yang memakai sistem syariat, dalam hal ini kita mengajak masyarakat untuk melakukan pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. untuk pengembangan produk sendiri sudah tidak bisa dikembangkan lagi karena sudah di godog sama DPS, DSN-MUI bahwa produknya sudah sesuai dengan prinsip syariah dan tinggal menjalankannya saja dan memberitahu kepada masyarakat”.*

Menurut wawancara dengan bapak azi selaku marketing staff bahwasannya kendala yang terjadi adalah sebagai berikut

*“kendala biasanya terletak pada si nasabahnya sendiri yang awalnya untuk buat modal dan setelah cair berubah malah bukan buat modal tapi buat keperluan lain jadi dalam hal tersebut dipastikan gagal akad”.*

Hal yang sama juga diungkapkan oleh pak Syaefudin selaku customer staff yang mengatakan bahwa:

*“kendala yang paling sering terjadi yaitu dari segi karakter nasabah tersebut, tidak bertanggung jawab dan selalu mencari alasan menghindari saat dilakukan penagihan dan penyelesaian pembiayaan oleh pihak bank”.*

Dengan demikian, peneliti melihat bahwa permasalahan dan kendalanya sendiri terletak pada nasabah yang kurang konsisten dan tanggung jawab terhadap pembiayaan murabahah tersebut.

### **B. Solusi Penyelesaian Permasalahan pembiayaan Murabahah**

Proses pembiayaan murabahah harus dilakukan dengan menerapkan manajemen risiko pembiayaan yang berdasarkan prinsip kehati-hatian dengan memenuhi prinsip-prinsip pembiayaan yang sehat pada bank BSI KCP Arjawinangun. Bank BSI KCP Arjawinangun juga menetapkan sektor sektor pembiayaan mana yang bisa diberikan kepada nasabah baik itu untuk kalangan bawah sampai kalangan menengah ke atas sesuai dengan syariah Islam dalam melakukan pembiayaan tersebut Bank BSI KCP Arjawinangun mengedepankan keterbukaan dalam setiap permasalahan yang dihadapi nasabah titik karena Bank BSI KCP Arjawinangun menganggap nasabah bukan hanya sebagai partner bisnis akan tetapi juga sebagai teman dalam setiap pencairan solusi pembiayaan murabahah bermasalah Bank BSI KCP Arjawinangun menawarkan keringanan pembiayaan bagi nasabah yang kesulitan dalam memenuhi kewajiban mengangsur.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Syahrul selaku Marketing Manager solusi penanganan pembiayaan bermasalah pada tahap ini biasanya membahas tentang R3, yaitu dapat dilakukan sebagai berikut:

- *Rescheduling* (penjadwalan kembali) yaitu perubahan jadwal pembayaran kewajiban nasabah atau jangka waktunya, tidak termasuk perpanjangan atas pembiayaan yang memenuhi kualitas lancar dan telah jatuh tempo serta bukan disebabkan nasabah mengalami penurunan kemampuan membayar. Contohnya: jika nasabah memiliki angsuran pembiayaan murabahah sebesar Rp 12 juta dengan jangka waktu pembayaran selama 1 tahun dengan jumlah cicilan sebesar Rp 1 juta per bulannya. Jadi dengan penjadwalan kembali angsuran, jangka waktu dapat dirubah menjadi lebih panjang, misalkan selama 2 tahun, sehingga jumlah angsuran nasabah pun berkurang menjadi Rp 500.000 per bulannya

Dengan demikian nasabah akan memperoleh keringanan kemampuan untuk membayar angsuran dapat kembali lancar.

- *Reconditioning* (persyaratan kembali) merupakan usaha pihak bank untuk menyelamatkan pembiayaan yang diberikan dengan cara melakukan perubahan terhadap sebagian atau seluruh kondisi (persyaratan) tanpa menambah sisa pokok kewajiban nasabah yang harus dibayar kepada bank. Contohnya: jika nasabah memiliki angsuran sebesar Rp 2 juta, tetapi tidak bisa membayar karena nasabah mengalami kemampuan membayar maka pihak bank menurunkan angsuran dari awalnya 2 juta menjadi Rp 1,8 juta
- *Restructuring* (penataan kembali) merupakan upaya penyelesaian pembiayaan bermasalah dengan cara mengubah persyaratan pembiayaan yang dapat dilakukan dengan perubahan dana fasilitas pembiayaan dan konversi akad pembiayaan. Contohnya: jika nasabah memiliki suatu usaha dengan modal awal 2 juta dan bank melihat prospek usaha itu akan lebih berkembang maka pihak bank akan menambahkan modal yang bertujuan agar omsetnya lebih meningkat

### **C. Penyelesaian Permasalahan**

Berdasarkan wawancara dengan Pak Shopi selaku marketing staff di Bank BSI KCP Arjawinangun langkah awal yang dilakukan dalam penyelesaian pembiayaan bermasalah yaitu:

- 1) Penagihan secara rutin oleh pihak bank terhadap nasabah pembiayaan dengan cara menghubungi via telepon atau mendatangi nasabah tersebut secara langsung.
- 2) Menghubungi nasabah melalui telepon untuk mengingatkan nasabah mengenai kewajiban yang harus dibayarkan. Hal ini dilakukan terhadap nasabah yang berada di posisi awal oleh stabilitas 2 (dalam perhatian khusus).
- 3) Pihak bank akan menghubungi kembali nasabah tersebut melalui via telepon silaturahmi ini dilakukan untuk mengetahui kondisi sebenarnya dari nasabah. pada setiap silaturahmi ini juga bisa langsung dibicarakan mengenai langkah apa yang akan diambil dalam penyelamatan pembiayaan tersebut.
- 4) Jika masih terjadi keterlambatan dan nasabah dalam membayar kewajiban oleh nasabah tersebut maka bank akan memberikan surat peringatan (SP 1) SP 1 ini diberikan pada saat nasabah berada pada posisi kolektibilitas (kol 2 dengan rentang waktu keterlambatan 1-30 hari).
- 5) Jika nasabah masih bermasalah maka akan diberikan surat peringatan (SP 2) yaitu pada nasabah kol 2 dengan rentang waktu keterlambatan membayar 31-60 hari.

- 6) Jika masih bermasalah juga kurma maka pihak bank akan memberikan surat peringatan (SP3) yaitu pada nasabah 2 dengan rentang waktu keterlambatan 61-90 hari.
- 7) Apabila telah diberikan surat peringatan namun tetap terjadi permasalahan dalam membayar kewajibannya oleh nasabah, maka pihak bank akan mengambil langkah untuk menyelamatkan pembiayaan tersebut. Langkah-langkah diatas merupakan langkah awal yang biasanya dilakukan oleh pihak BSI KCP Arjawinangun dalam menangani dan menyelamatkan pembiayaan yang bermasalah pada pembiayaan murabahah. apabila telah dilakukan langkah awal penanganan tersebut, namun pembiayaan oleh nasabah masih macet, penyelesaian pembiayaan bermasalah yang diambil menurut Bapak Syahrul selaku marketing Manager di BSI KCP Arjawinangun yaitu sebagai berikut:
  - 1) Dengan menemui nasabah untuk membicarakan mengenai pembiayaan yang bermasalah tersebut dan langkah yang akan diambil untuk menyelesaikan pemilihan permasalahan tersebut.
  - 2) langkah penyelesaian yang diambil pertama kali yaitu penjualan aset lain selain agunan, langkah ini diambil jika pembiayaan tersebut masih bermasalah dan nasabah masih belum bisa membayarkannya maka pihak bank akan meminta nasabah untuk menjual aset lain selain agunan yang mungkin bisa untuk membayarkannya dan menutupi pembiayaan yang bermasalah tersebut kepada pihak bank.
  - 3) Langkah terakhir yaitu eksekusi jaminan. Hal ini dilakukan jika memang nasabah tersebut tidak membayarkannya dengan penjualan aset lain selain jaminan. jika terjadi hal yang demikian, maka Langkah terakhir yang diambil oleh pihak bank yaitu penarikan agunan yang diberikan oleh nasabah di awal akad. eksekusi jaminan ini terbagi atas dua langkah juga, pertama penjualan agunan dibawah tangan atau penjualan agunan oleh pihak nasabah itu sendiri untuk melunasi kewajibannya. kedua, jika masih belum bisa diselesaikan maka Langkah terakhir yang diambil yaitu penjualan agunan oleh pihak bank melalui lelang agunan tersebut hal ini dilakukan bagi nasabah yang beritikad kurang baik dan tidak ada kemauan dan kemampuan untuk membayarkannya lagi. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pihak pada bank BSI KCP Arjawinangun menurut penulis bahwa solusi penyelesaian permasalahan pembiayaan murabahah bermasalah tersebut ada beberapa langkah: pertama, penagihan secara rutin oleh pihak bank dengan menemui langsung atau via telepon, kedua, menghubungi via telepon dan melakukan pendekatan atau silaturahmi dengan nasabah yang bersangkutan menanyakan permasalahan dan solusi yang akan dilakukan tentunya menurut kesepakatan kedua belah pihak baik dari pihak bank maupun nasabah ketiga, pemberian surat peringatan SP 1 sampai SP3, keempat, melakukan Restrukturisasi pembiayaan yang bertujuan untuk menyelamatkan pembiayaan tersebut, kelima, penjualan aset lain selain agunan oleh nasabah, keenam eksekusi jaminan yang terdiri dari penjualan agunan oleh pihak nasabah sendiri atau penjualan oleh pihak bank melalui lelang.

### **C. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah**

BSI KCP Arjawinangun tidak mau kalah dari lembaga keuangan Syariah lainnya dalam hal pengembangan produk, ketatnya persaingan saat ini membuat BSI KCP Arjawinangun harus mampu menciptakan produk yang tepat



dengan ukuran sederhana (mudah dalam pemasaran, pengelolaan, maupun penerapan sesuai prinsip syariah).

Dalam produk pembiayaan *murabahah* sendiri BSI KCP Arjawinangun memiliki 290 nasabah yang memakai pembiayaan *murabahah*, dalam pengembangan produk pembiayaan *murabahah* terdapat *murabahah bil waakalah*. Akad *Murabahah bil waakalah* adalah jual beli dimana pihak BSI mewakili pembelian produk kepada nasabahnya kemudian setelah produk tersebut didapatkan oleh nasabah kemudian nasabah memberikannya kepada pihak BSI. Setelah barang tersebut dimiliki pihak BSI dan harga dari barang tersebut jelas maka pihak BSI menentukan margin yang didapatkan serta jangka waktu pengembalian yang akan disepakati oleh pihak BSI dan nasabah.

Strategi pengembangan produk pada BSI KCP Arjawinangun dimulai dengan langkah awal identifikasi masalah kebutuhan dan keinginan nasabah terhadap pelayanan. Pengembangan produk pembiayaan mikro terutama kepada para pedagang kecil tetap yang menjadi focus perkembangan di BSI KCP Arjawinangun ini. Dalam mencapai tujuan tersebut BSI KCP Arjawinangun menciptakan strategi pengembangan produk yang cukup baik dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya. Strategi pengembangan produk tersebut meliputi :

- 1) Strategi produk BSI KCP. Arjawinangun merupakan lembaga keuangan dalam segala mikro yang menyediakan jasa-jasa keuangan berupa simpan pinjam dengan menggunakan prinsip-prinsip Syariah. produk berarti barang atau jasa yang ditawarkan kepada pasar sasarannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Shopi selaku marketing staff dalam strategi produk lebih banyak menawarkan produknya untuk semua kalangan dan produk yang paling diminati oleh calon nasabah/nasabah adalah produk *murabahah*. Caranya dengan pihak karyawan/marketing menawarkan produknya secara langsung kepada calon nasabah dan menjelaskan kepada calon nasabah tentang produk tersebut sesuai kebutuhan dan sudah sesuai prinsip syariah.
- 2) Strategi tempat penentuan lokasi dan distribusi dan sarana dan prasarana pendukung sangat penting Hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang dan jasa demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa aman dan nyaman kepada calon nasabah. berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Shopi selaku marketing staff dalam hal strategi tempat biasanya pihak kita mendistribusikannya kepada para pedagang di arjawinangun dan di tegalgubug serta saran dan prasarana agar mudah dijangkau oleh para calon nasabah.
- 3) Strategi harga Strategi harga adalah proses menentukan Berapa harga yang akan diterima perusahaan dalam menjual produknya. penentuan atau keputusan penetapan harga dipengaruhi oleh kebutuhan untuk tetap bertahan dalam pasar yang bersaing. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Shopi selaku marketing staff harga yang ditetapkan biasanya terjangkau dan sesuai dengan akad nya misal akad *murabahah* marginnya 10% yang bertujuan agar calon nasabah merasa tidak terbebani.
- 4) Strategi promosi kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Dalam promosinya BSI KCP Arjawinangun dalam mempromosikan produknya dengan membagikan brosur kepada calon nasabah di pasar-pasar dan membuat pamflet di depan kantor, hal

tersebut menjadikan strategi yang dilakukan sangat efisien. Selain itu hal lain juga diungkapkan oleh bapak Syahrul selaku marketing manager yang mengatakan bahwa :

*“strategi pengembangan produk murabahah adalah mengedukasi ke nasabah bahwa murabahah itu dilakukan dengan jelas, dana pembiayaannya berapa, keuntungannya bank berapa, kewajiban nasabah sampai lunas berapa, dan angsurannya tetap dari awal sampai akhir. Kami melakukan pengembangan produk pembiayaan murabahah pada saat ketertarikan nasabah terhadap pembiayaan berkurang, kami bisa berinovasi dengan berbagai bentuk barang dan tanpa DP, tetapi kami tetap ada agunan yang sesuai, biasanya kita kasih margin yang paling rendah biar cepat dengan strategi ini kita langsung kasih limit yang terendah biar ga ada tawar menawar”.*

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pengembangan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan suatu produknya. pengembangan juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan nasabah untuk kegiatan pengembangan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah dan memberikan inovasi-inovasi jika menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan nasabah mempunyai pandangan yang baik. Pengembangan yang mengacu pada prinsip-prinsip Syariah, dengan media pengembangan yang efisien dan efektif dengan serendah mungkin menekan biaya pengembangan dan operasional yang dapat mencapai keuntungan yang optimal. Dalam hal strategi pengembangan produk pastinya ada persaingan dengan kompetitor lain, persaingan seperti apa yang dilakukan dalam meningkatkan produk murabahah. Melalui wawancara dengan bapak Syaefudin Jufri selaku customer staff mengatakan bahwa :

*“Kalau di sini khususnya di Arjawinangun sendiri pesaing Cuma ada satu, yaitu bank BJB Syariah karna yang lainnya bank konvensional, dan untuk keunggulan-keunggulan kita dengan bank lain yaitu bebas administrasi dan profesi dan itu kan salah satu faktor kelebihan kita dengan bank lain dan persaingan melalui margin dan keuntungan bank nya lebih rendah dari bank lain”.*

## **Kesimpulan**

Permasalahan dan kendala dalam produk pembiayaan *Murabahah* Permasalahan biasanya terletak pada si nasabahnya sendiri yang awalnya untuk buat modal dan setelah cair berubah malah bukan buat modal tapi buat keperluan lain jadi dalam hal tersebut dipastikan gagal akad, kendala yang paling sering terjadi yaitu dari segi karakter nasabah tersebut, tidak bertanggung jawab dan selalu mencari alasan dan menghindar saat dilakukan penagihan dan penyelesaian pembiayaan oleh pihak bank, Dengan demikian, peneliti melihat bahwa permasalahan dan kendalanya sendiri terletak pada nasabah yang kurang konsisten dan tanggung jawab terhadap pembiayaan murabahah tersebut.

Solusi penyelesaian permasalahan produk pembiayaan *Murabahah* Mekanisme penyelesaian permasalahan produk pembiayaan *murabahah* bermasalah yang dilakukan oleh pihak bank BSI KCP Arjawinangun langkah awalnya yaitu: pertama, Penagihan secara rutin oleh pihak bank terhadap nasabah pembiayaan. kedua, menghubungi

nasabah terlebih dahulu melalui via telepon dan kemudian mendatangi nasabah yang bermasalah tersebut untuk silaturahmi sekaligus menanyakan apa permasalahan yang terjadi sehingga nasabah tersebut mengalami masalah dan pembayaran kewajibannya dan juga dibahas solusi yang akan dilakukan. ketiga, memberikan surat peringatan SP 1-3. keempat, melakukan R3 (*restructuring, rescheduling, reconditioning*) yang berguna untuk memperbaiki dan menyelamatkan pembiayaan yang bermasalah tersebut.

Strategi Pengembangan Produk pembiayaan *Murabahah* Strategi pengembangan produk pada BSI KCP Arjawinangun dimulai dengan langkah awal identifikasi masalah kebutuhan dan keinginan nasabah terhadap pelayanan. Dalam mencapai tujuan tersebut BSI KCP Arjawinangun menciptakan strategi pengembangan produk yang cukup baik dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya. Strategi pengembangan produk tersebut meliputi: Strategi produk, Strategi tempat, Strategi harga, Strategi promosi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alhusain, A. S. (2021). Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi dalam Mendorong Perekonomian Nasional. *Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 8(3), 19–24.
- Azizah, A. N., & Nugraheni, A. S. (2020). Lagu Sebagai Media Pembelajaran Fonologi Pada Siswa Mi Muhammadiyah Trukan. *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 8(1), 52. <https://doi.org/10.24036/81090150>
- Biasmara, H. A., & Srijayanti, P. M. R. (2021). Mengukur Kinerja Pra Merger Tiga Bank Umum Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Return on Asset. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 70–78. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.9977>
- Chadziq, A. L. (2017). Manajemen Pembiayaan Bank Syariah: Sebuah Perkenalan. *J E S*, 2(2), 208–218.
- Hakim, L. (2017). Pembiayaan Murabahah pada Prbankan Syariah dalam Perspektif Hukum di Indonesia. *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 1(2), 212–223.
- Indonesia., B. S. (2022). *Produk Bank Syariah Indonesia*.
- Irawan, H., Dianita, I., & Salsabila Mulya, A. D. (2021). Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 147–158. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v3i2.686>
- Kholifah, S. (2018). *Pola Pengembangan Produk Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Manajemen Operasioanal Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik*. IAIN Tulungagung.
- Mantovani, R. (2021). *Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Tingkat Kemiskinan di*

*Strategi Pengembangan Produk Pada Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah*

Kota Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Mukhlisin, A., & Suhendri, A. (2018). Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(1), 60–70. <https://doi.org/10.30736/jes.v3i1.51>
- Sari, Y. (2017). *Strategi Pengembangan Produk Pada Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Pembiayaan Murabahah (Studi Pada PT. BPRS Mitra Argo Usaha Bandar Lampung)*. IAIN Raden Intan Lampung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Alfabeta.
- Sulistyaningsih, N. (2021). Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional. *Al-Qanum: Jurnal Pemikiran Dan Pembaharuan Hukum Islam*, 24(1), 33–58.
- Suprpto, H. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Pendekatan Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cv. Silvi Mn Paradila Parengan Lamongan. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 953–962. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.252>
- Syahvitri, A. (2022). Analysis of Murabahah Financing Marketing Strategy in Attracting Indonesian Sharia Bank ( BSI ) Customers at KC Stabat Analisis Strategi Marketing Pembiayaan Murabahah Dalam Menarik Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia ( BSI ) KC Stabat. *Jurnal Emba Review*, 2(1), 93–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.53697/emba.v2i1>
- Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101–1106. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>