BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kemasyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Menurut ensiklopedia islam bank islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip – prinsip islam.[1]

Sistem Perbankan Syariah mulai di Indonesia setelah diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998. Dengan diperkenalkannya perbankan berdasarkan prinsip syariah, maka sistem perbankan Indonesia pada saat ini adalah Dual Banking Sistem. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.[2]

Perkembangan perbankan syariah yang sangat pesat sekali menimbulkan persaingan yang semakin berkembang dan mengalami perubahan. Lembaga perbankan syariah harus mampu memenangkan persaingan dan mempertahankan

[1]Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syarih*, Yogyakarta: Graha Ilmu , 2012, Edisi ke-1, h 51

[2]Dahlan Siamat, *ManajemenLembaga Keuangan Kebijakan Moneter dan Perbankan*, Jakarta: LPFEUI, 2005, Edisi ke-5, h 407

citra perusahaan, dimana setiap perusahaan akan memperlihatkan keunggulannya untuk menarik nasabah, baik untuk menyimpan dananya dibank ataupun untuk penyaluran pembiayaan.

Bank harus jeli dalam melihat setiap peluang dan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah ini perbankan melakukan berbagai strategi pemasaran seperti dengan promosi dan iklan. Cara ini dianggap efektif untuk menawarkan produk dan layanan bank. Untuk promosi dan layanan ini memerlukan dana yang cukup besar. Karena itu bank mencari alternatif lain untuk memasarkan produk dan layanannya dengan meningkatkan penjualan, pendapatan, dan kualitas dari penjualannya. *Cross Selling* merupakan salah satu metode dalam memasarkan dana *funding*.

Cross Selling merupakan metode penjualan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak baik bank maupun nasabah. Dimana bank menjual produk dan layanan yang dimilikinya kepada calon nasabah ataupun nasabahnya, dengan tujuan agar nasabah bersedia untuk menggunakan lebih dari satu produk atau layanan. Bagi nasabah metode ini lebih efisien karena nasabah hanya akan berhubungan dengan satu penjual saja, bagi penjual metode *cross selling* ini akan menghemat waktu, biaya dan tingkat keberhasilan yang lebih tinggi karena penjual sudah lebih mengenal nasabah.

Dalam memasarkan produk PT. Bank Syariah MandiriKCP Bandar Buat Padang memiliki produk penghimpunan dana yaitu Tabungan BSM, BSM Tabungan Mabrur, BSM Tabungan Investa Cendikia, BSM Tabungan Berencana,

BSM Tabungan Simpatik, Tabunganku, BSM Giro, BSM Deposito. Pada produk penyaluran dana yaitu Pembiayaan Implan, Pembiayaan Griya, Pembiayaan Pensiunan, dan Pembiayaan Oto.

PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang merupakan salah satu lembaga keuangan yang menerapkan *Cross Selling*, tujuannya agar nasabah bersedia menggunakan lebih dari satu produk atau layanan. Metode ini diterapkan untuk mengurangi biaya yang besar pada promosi dan iklan. *Cross Selling* dirancang dapat memanfaatkan nasabah yang sudah ada untuk dapat meningkatkan penjualan produk dan layanan. *Cross Selling* dirancang untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank sehingga dapat mengurangi kemungkinan nasabah berpindah kebank lain.[3]

Pada umumnya metode *Cross Selling* ini dilakukan oleh *Customer Service*. Tugas utama *Customer Service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* dalam melayani nasabah selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Selain itu *Customer Service* juga harus menjaga nasabah lama agar tetap bertahan menjadi nasabah bank.Metode *Cross Selling* ini wajib dilakukan *Costomer Service* baik pada saat ada nasabah yang sedang atau selesai melakukan traksaksi, sehingga nasabah yang telah ada tersebut dimanfaatkan untukditawarkan produk lain dengan harapan nasabah tertarik untuk menggunakan lebih dari satu produk. *Customer Service*

[3]Company Profil Bank Syariah Mandiri Kcp Bandar Buat

harus memahami faktor yang mempengaruhi nasabah bersedia melakukan *cross buying* terhadap produk dan jasa tambahan.[4]

Tabel 1.1
Dana Funding PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang
(dalam miliar)

No	Tahun	Total Dana Funding			Jumlah	Peningkatan (%)
		Tabungan	Giro	Deposito		
1	2010	9.872	4.015	15.110	28.998	-
2	2011	14.424	4.669	23.525	42.618	46,9
3	2012	19.148	6.434	24.827	50.409	18,3
4	2013	22.101	7.525	26.834	56.461	12,0
5	2014	22.685	6.200	35.936	64.821	14,8

*Sumber : Bank Syariah Mandiri, Dana Funding Desember 2014

Setiap tahunnya Dana *Funding* PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang mengalami kenaikan. Ini menunjukan *Cross Selling* yang dilakukan berjalan dengan baik. Pada tahun 2013peningkatan hanya sebesar 12,0% mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 18,3%. Dalam pelaksanaan *Cross Selling* ini hanya dilakukan oleh *Customer Service*. Jumlah nasabah yang harus dilayani setiap harinya cukup banyak sehingga *Customer Service* harus mampu membagi waktu sebaik mungkin dalam melayani nasabah dan memberikan *Cross Selling*. *Cross Selling* ini merupakan metode penjualan yang wajib dilakukan karena dapat memberikan keuntungan bagi bank dan nasabah. Bentuk *Cross Selling* yang dilakukan adalah menjual satu produk dengan harapan ada penjualan selanjutnya. Dalam pelaksanaan *Cross Selling* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang hanya dilakukan oleh satu *Customer Service* sehingga *Cross Selling* tidak optimal dilakukan. Terbukti saat

[4]Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 2008 h 181

roleplay *Customer Service* hanya memberikan solusi atas permasalahan nasabah. Nasabah yang membutuhkan produk dan layanan bank setiap harinya meningkat dengan *Cross Selling* ini diharapkan mampu memenuhi setiap kebutuhan nasabah dan mengurangi biaya promosi dan iklan yang mahal.

Dari penjelasan diatas penulis tertarik untuk membahas tentang "**Efektifitas *Cross Selling* dalam Upaya Peningkatan Dana *Funding* pada PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP Bandar Buat Padang".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Penerapan *Cross Selling* dalam Upaya Peningkatan Dana *Funding* PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang
2. Jenis – jenis akad yang diterapkan pada *Cross Selling* dalam peningkatan dana *funding* PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.
3. Apa keuntungan yang didapat oleh Bank dan Nasabah dengan adanya penerapan metode *Cross Selling* dalam peningkatan dana *funding* PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang

C. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana efektifitas *cross selling* dalam

Upaya Peningkatan Dana *Funding* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang?

2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dikaji dengan baik, maka penelitian ini dibatasi pada Efektifitas *Cross Selling* yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang untuk Peningkatan Dana *Funding*.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk menjelaskan tentang seberapa efektif *cross selling* yang dilakukan pihak bank dalam upaya peningkatan dana *funding* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi Jurusan Diploma III demi mendapatkan gelah Ahli Madya (A.md) pada instansi terkait.
b. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang didapat dengan penerapan yang dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.
c. Untuk menambah wawasan penulis dalam dunia perbankan syariah dan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

E. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul yang penulis ajukan ini, maka perlu dijelaskan judul yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Efektifitas	:Suatu pencapaian tujuan secara tepat atau memilih tujuan – tujuan yang tepat dari serangkaian alternatif pilihan cara dan menetukan pilihan beberapa pilihan lainnya.[5]
Cross Selling	:metode penjualan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak baik bank maupun nasabah. Dimana bank menjual produk dan layanan yang dimilikinya kepada calon nasabah ataupun nasabahnya, dengan tujuan agar nasabah bersedia untuk menggunakan lebih dari satu produk atau layanan.[6]
Dana *Funding*	:Kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi berdasarkan prinsip syariah[7]

[5]Tim Mitra Bestari, *Manajemen Sumber Daya Manusia* , (Yogyakarta: PT. Refika Aditarama), 2005, h 66

[6]Company Profil Bank Syariah Mandiri Kcp Bandar Buat

[7]Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h 85

Dari penjelasan judul diatas dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat suatu metode penjualan yaitu *cross selling* yang digunakan untuk peningkatan dana *funding*. Dimana bank menjual produk dan layanan yang dimilikinya kepada calon nasabah ataupun nasabahnya, dengan tujuan agar nasabah bersedia untuk menggunakan lebih dari satu produk atau layanan.

F. Kajian Terdahulu

Dalam kajian ini penulis memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang efektifitas *cross selling* dalam upaya pemasaran produk dana *funding* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang, diantaranya:

Afra Rahmadiani Putri dengan judul **"Efektivitas *Pick Up Service* sebagai Upaya Peningkatan Dana Tabungan Pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi".** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif *Pick Up Service* yang dilakukan pihak bank terhadap peningkatan dana tabungan di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian Lapangan yang bersifat Deskriptif yaitu penelitian dengan peninjauan langsung ke objek penelitian. Teknik pengumpulan data Observasi, Wawancara, Dokumentasi.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Layanan Pick Up Service yang dilakukan Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi telah berjalan dengan baik karena merupakan pelayanan tambahan yang membedakan dari pelayanan bank

lain dan dapat memudahkan nasabah dalam pengambilan uang tunai tetapi tidak memiliki waktu.

Elzi Desnita dengan judul " **Keandalan Layanan Marketing Dana pada Simpanan Bajapuik di PT BPR Syariah Al- Makmur Kantor Kas Payakumbuh**. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui kendala layanan yang diberikan oleh marketing dana kepada nasabah simpanan bajapuik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas dan kendala layanan yang diberikan oleh marketing dana kepada nasabah simpanan bajapuik dinilai baik, hal ini berdasarkan pada angket yang disebarkan oleh peneliti kepada para nasabah

Selanjutnya, **Nila Sari** dengan Judul "**Efektifitas *Personal Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Dana *Funding* Pada PT BPRS HAJI MISKIN Pandai Sikek".** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat Efektifitas *Personal Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Dana Funding. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan jenis penelitian Lapangan yang bersifat Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data yaitu obsevasi, wawancara.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Proses melakukan perwakilan kormersial secara lisan selama situasi wawancara pembeli atau penjual telah berjalan dengan baik untuk meningkatakan Jumlah dana *Funding* Pada PT BPRS HAJI MISKIN Pandai Sikek".

Dalam penelitian ini, penelitian yang dilakukan oleh penulis belum pernah dikaji oleh peneliti terdahulu. Dimana pada penelitian yang penulis lakukan

tujuannya adalah untuk menilai keefektifan *cross selling* dalam upaya peningkatan produk dana *funding* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

   Jenis penelitian ini adalah penelitian Lapangan yang bersifat Deskriptif yaitu penelitian dengan peninjauan langsung ke objek penelitian dalam hal ini pelayanan *Cross Selling* di Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat, dilakukan untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian secara nyata, tepat dan akurat dengan memberikan gambaran yang jelas mengenai efektifitas pelayanan yang menjadi kajian dalam penelitian.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

   Penelitian ini dilakukan pada tanggal 20 Januari 2016 sampai dengan tugas akhir ini disetujui untuk *munaqasah.* Penelitian dilaksanakan di PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang yang beralamat di Jl Rimbo Datar No 16 D RT 02 RW 02 Kelurahan Bandar Buat Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang.

3. Jenis dan Sumber Data

   a. Data Primer

      Data adalah data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan dan wawancara langsung dengan responden terpilih melalui daftar dan wawancara terstruktur.[8] Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan *Customer Service, Account Officer* yang terkait

[8]Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 1999 h 112

dengan pelayanan *Cross Selling* yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang mendukung atas permasalahan yang dibahas, seperti yang diperoleh dari dokumen–dokumen dan sebagainya.[9] Data yang diperoleh dari bahan kepustakaan untuk melengkapi data primer berupa buku-buku dan juga dokumen-dokemen yang berhubungan dengan penilaian efektifitas *cross selling* dengan melihat peningkatan dana *funding* melalui laporan keuangan Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang yang telah dipublikasikan.

4. Teknik Pengumpulan data

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap objek yang diamati secara langsung. Pengamatan ini dilakukan di PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang. Dimana pengamatan yang dilakukan adalah mengamati pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* kepada nasabah, dan peningkatan dana *funding* dari tahun ke tahun dengan adanya *Cross Selling*.

[9]Joko Subagyo, *Metodologi Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta), 1997, cet ke-12, h 87

b. Wawancara

Wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung pada bagian yang memahami dan manangani permasalahan tersebut. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan pada bagian *Customer Service* dan *Acount Officer* Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang untuk mengetahui perkembangan pelayanan *Cross Selling* yang dilakukan dan pengaruhnya terhadap dana *funding* Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

c. Studi Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data – data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih actual dan sesuai dengan masalah penelitian. Dokumen dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan obyek penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yaitu pendekatan yang dilakukan untuk meneliti suatu peristiwa yang terjadi.

Dari pendekatan ini penulis ingin memberikan gambaran tentang fenomena yang terjadi seputar permasalahan dengan menjelaskan bagaimana ke efektifan dari *Cross Selling* yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang dalam upaya peningkatan dana *funding.*

H. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya penulisan, sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Penjelasan Judul, Kajian Terdahulu, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Terdiri dari beberapa sub bagian diantaranya: Teori Efektifitas (Pengertian Efektifitas, Ukuran Efektifitas), Teori Pelayanan (Pengertian Pelayanan, Ciri-ciri Pelayanan), *Cross Selling* (Pengertian *Cross Selling*, Proses terjadinya *Cross Selling*), Bank Syariah (Pengertian dan Kegiatan Bank Syariah), Produk Pendanaan Bank Syariah.

BAB III : HASIL PENELITIAN

Terdiri atas keterangan dari penelitian yang penulis lakukan terhadap pembahasan permasalahan.

BAB IV : PENUTUP

Meliputi Kesimpulan dan Saran

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Efektivitas

1. Pengertian Efektifitas

Menurut Agung Kurniawan dalam bukunya Trasformasi Pelayanan Publik mendefinisikan efektifitas sebagai berikut : Efektifitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) dari pada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya.[10]

Menurut Steers, Efektifitas adalah jangkauan usaha suatu sistem dengan sumber daya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan dan sasarannya tanpa melumpuhkan cara dan sumber daya itu serta tanpa memberi tekanan yang tidak wajar terhadap pelaksanaannya.[11]

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata efektivitas berasal dari kata efektif, termasuk adjectiva yaitu kelas kara yang menjelaskan nomina atau pronominal yang bermakna 1) ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya, kesannya), 2) manjur atau mujarab (tentang obat), 3) dapat membawa hasil, berhasil guna (tentang usaha, tindakan), 4) mulai berlaku (tentang undang – undang)[12]

---

[10]Agung Kurniawan, *Tranformasi Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Pembaharuan, 2005) h 109

[11]Richard M Steers, *Efektifitas Organisasi*, (Jakarta:Erlangga, 1985), h 87

[12]Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembagan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Ed.2 cet 9, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), h 250

Efektifitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan didalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Dari beberapa pengertian diatas mengenai efektifitas dapat disimpulkan bahwa efektifitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kualitas, kuantitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu.

2. Ukuran Efektifitas

Mengukur efektifitas bukanlah suatu hal yang sangat sederhana, karena efektifitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Bila dipandang dari sudut pandang produktivitas, maka seorang manajer produksi memberikan pemahaman bahwa efektifitas berarti kualitas dan kuantitas barang dan jasa.

Tingkat efektifitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Namun jika hasil usaha atau pekerjaan dan tidakan yang dilakukan tidak tepat sehingga menyebabkan tujuan tidak tercapai atau sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif.

Ada tiga pendekatan yang dapat digunakan, seperti yang dikemukakan oleh Martan dan Lubis, yakni:

1) Pendekatan Sumber (resource approach) yakni mengukur efektifitas dari input. Pendekatan mengutamakan adanya keberhasilan organisasi untuk memperoleh sumber daya, baik fisik maupun non fisik yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.
2) Pendekatan proses (process approach) adalah untuk melihat sejauh mana efektifitas pelaksanaan program dari semua kegiatan proses internal atau mekanisme organisasi.
3) Pendekatan sasaran (goals approach) dimana pusat perhatian pada output, mengukur keberhasilan organisasi untuk mencapai output yang sesuai dengan rencana.[13]

Ukuran efektifitas menurut Richard M. Steers dalam bukunya yang berjudul *"Efektifitas Organisasi"*adalah sebagai berikut:

1) Pencapaian tujuan

   Pencapaian tujuan adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan tahapan, baik dalam tahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun tahapan dalam arti periodisasinya. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa factor yaitu: kurun waktu dan sasaran yang merupakan target kongkrit.
2) Integrasi

[13]Hari S.B. Lubis dan Martani Husaini, *Teori Organisasi* (Suatu Pendekatan Makro), Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-ilmu Sosial Universitas Indonesia, 1987, h 55

Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi.

3) Adaptasi

Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Untuk itu digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja.[14]

B. Teori Pelayanan

1. Pengertian pelayanan

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani nasabah. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Pelayanan yang tidak langsung oleh karyawan akan tetap dilayani oleh mesin seperti mesin Ajungan Tunai Mandiri (ATM). Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung. Untuk

[14]Richard M Steers, *Efektifitas Organisasi* Cet ke-2, (Jakarta:Erlangga), 1985, h 53

produk bank atau lembaga keuangan lainnya ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran tunai atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayan tersebut ada memerlukan penjelasan, baik sekedarnya atau secara rinci.[15]

Pelayanan juga dapat diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan, dan manfaat bagi orang lain. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung.[16]

Seorang *Customer Service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah. *Customer Service* harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etiket pelayanan, pengenalan produk dan dasar-dasar pelayanan lainnya. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaannya, termasuk kemampuan menguasai pengetahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank dan produk yang ditawarkannya.

2. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

[15]Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 2008 h 15

[16]Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya), 2006, h 108

3. Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik.
    1) Tersedianya karyawan yang baik
    2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
    3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga akhir
    4) Mampu melayani secara cepat dan tepat
    5) Mampu berkomunikasi
    6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
    7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
    8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah
    9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah[17]
4. Landasan Syariah terhadap kualitas pelayanan

    Apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang (produk) atau pelayanan jasa islam mengajarkan, hendaknya menjual produk atau jasa yang berkualitas. Tidak memberikan produk atau jasa yang berkualitas buruk pada pembeli. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, surat Al-Baqarah ayat 267, yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَنفِقُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ
أَخْرَجْنَا لَكُم مِّنَ ٱلْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُواْ ٱلْخَبِيثَ مِنْهُ تُنفِقُونَ وَلَسْتُم
بِـَٔاخِذِيهِ إِلَّآ أَن تُغْمِضُواْ فِيهِ ۚ وَٱعْلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ غَنِىٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

[17]Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 2008 h 33

"*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dai hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya, dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji"*. (QS.1:267).

Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersifat professional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepatsehingga tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, sebagaimana terdapat dalam hadis Rasulullah saw diriwayatkan oleh Bukhari yang artinya:

"*apabila amanat disia-siakan,* maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana cara menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan *ahlinya, maka tunggulah kehancurannya*". (H.R Bukhari)

Qs. Al-Qashas:77

وَٱبۡتَغِ فِيمَآ ءَاتَىٰكَ ٱللَّهُ ٱلدَّارَ ٱلۡأٓخِرَةَۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ ٱلدُّنۡيَاۖ وَأَحۡسِن
كَمَآ أَحۡسَنَ ٱللَّهُ إِلَيۡكَۖ وَلَا تَبۡغِ ٱلۡفَسَادَ فِي ٱلۡأَرۡضِۖ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ
ٱلۡمُفۡسِدِينَ ٧٧

"*dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan."*

Ayat diatas menjelaskan agar manusia saling berbuat baik kepada sesama manusia dan saling tolong menolonglah dalam berbuat kebaikan. Ayat ini berhubungan dengan cara *Customer Service* dalam *Cross Selling*, dimana Bank dapat menjalin hubungan baik dengan nasabah sehingga nasabah merasa puas terhadap semua produk dan layanan yang diberikan.

5. Metode *Cross Selling*

1. Pengertian

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Metode merupakan cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan yang dikehendaki, cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.[18]

Secara sederhana digambarkan bila ada seorang nasabah memesan sebuah produk, dan para tenaga penjual mengajukan penawaran beberapa produk tambahan lainnya, maka cara semacam ini lazim disebut *cross-selling*.

Cross Selling pada dasarnya adalah suatu metode penjualan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak baik nasabah maupun bank. *Cross Selling* adalah konsep penjualan yang menggunakan produk pertama sebagai pemicu untuk penjualan selanjutnya. *Cross selling* merupakan seni berjualan yang menarik. Sebab dengan teknik ini dapat memungkinkan terjadinya penjualan kembali setelah sebelumnya penjualan pertama, karena adanya keterkaitan kebutuhan. Konsep *cross selling* ini dapat

[18]Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Ed.2 cet 9, Jakarta: Bala Pustaka, 1997

dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan yang menjual berbagai produk dan jasa. Secara khusus kegiatan *cross selling* ini dilakukan oleh *Customer Service. Cross selling* didesain untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank, dan mengurangi kemungkinan berpindahnya nasabah ke bank lain.

Metode *Cross Selling* sangat memikat dan memberikan manfaat bagi bank maupun nasabah. Nasabah dapat menggunakan waktunya secara efisien dalam memperoleh informasi dan mengemukakan segala keinginannya dengan berhubungan langsung dengan *customer service*. Nasabah juga dapat menjalin hubungan baik dengan bank sehingga nasabah merasa nyaman untuk bertransaksi dengan berbagai produk yang dibutuhkannya. Di lain pihak bank dapat menjalin hubungan baik dengan nasabah dan dapat mencari peluang lain untuk memperluas pemasaran produknya. Bank juga dapat lebih mengenal karakter dari nasabahnya sehingga dapat mengetahui metode apa yang perlu digunakan untuk menawarkan produk dan layanan bank. [19]

2. Proses terjadinya *Cross Selling* ada dua factor yaitu:

1) *Cross Selling* atas dasar inisiatif nasabah

Keputusan untuk melakukan *cross buying* bagi nasabah dapat terjadi karena kepuasan yang diperoleh nasabah tersebut ketika berhubungan dengan suatu bank, sehingga terdapat keinginan untuk menikmati produk-produk lain yang ditawarkan. Kepuasan ini sangat

[19]*Wisegeek: What is cross-selling, (*Online). (http://www.wisegeek.com/what-is-cross-selling.htm, diakses 22 February 2016).

berhubungan dengan kualitas pelayanan. Untuk itu agar inisiatif *cross buying* nasabah timbul, mutlak diperlukan peningkatan pelayanan. Dalam hal ini bank tidak bisa hanya mengandalkan pelayanan standar, karena nasabah menuntut lebih. Bukan hal yang sulit bagi nasabah untuk memutuskan berpindah ke bank lain, yang dapat memberikan nilai lebih bagi nasabah dalam pelayanannya. Hal ini terjadi karena kemudahan akses dan biaya yang relatif murah untuk berpindah (switch) di industri perbankan saat ini. Kepuasan (satisfaction) merupakan bentuk evaluasi kinerja keseluruhan berdasarkan semua pengalaman masa lalu dalam mengkonsumsi produk (jasa) yang berkaitan dengan perusahaan (Noval Muhammad Am 2008).

Hal lain yang dapat memutuskan nasabah untuk melakukan *cross buying* adalah karena keterpaksaan. Keadaan ini disebabkan karena posisi tawar dari nasabah yang lebih rendah dari pada bank, misalnya jika hanya ada satu bank di suatu wilayah tertentu sedang ia memerlukan beberapa produk perbankan, maka mau tidak mau ia hanya dapat memakai produk yang ditawarkan bank tersebut. Keadaan keterpaksaan ini sudah tidak relevan lagi pada saat ini karena tingkat persaingan perbankan sudah semakin ketat dan merambah ke semua daerah.

2) *Cross selling* atas dasar inisiatif bank

Berdasarkan perkembangan gaya hidup dan pola pikir masyarakat yang semakin maju, bank saat ini bukan saja berfungsi

sebagai lembaga intermediasi tetapi lebih dari itu bank saat ini berfungsi sebagai pusat penyedia jasa berbagai layanan keuangan. Hal ini memberikan peluang bagi bank untuk menciptakan dan menawarkan berbagai ragam produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Jika menilik dari hirarki nilai pelanggan Philip Kotler, saat ini nasabah bank di Indonesia khususnya di perkotaan dapat dikatakan telah mencapai derajat keempat. Dimana pasar perbankan sudah dapat menyiapkan produk yang ditingkatkan (augmented product) yang tidak hanya dapat memenuhi keinginan nasabah saja, namun juga melampaui harapan mereka. Bahkan derajat kelima dari hirarki tersebut sudah dapat diimplementasikan oleh beberapa bank melalui produk potensial (potencial product), yang mencakup semua peningkatan dan transformasi yang akhirnya akan dialami produk tersebut dimasa datang. Disinilah perusahaan-perusahaan perbankan secara agresif mencari berbagai cara baru untuk memuaskan nasabah dan menambahkan manfaat pada penawarannya, yang tidak hanya memuaskan nasabah tetapi juga mengejutkan dan menggembirakan mereka.[20]

Berbagai strategi pemasaranpun dirancang untuk menarik nasabah maupun calon nasabah, agar bersedia menggunakan tidak hanya satu produk saja atau menerapkan *cross selling* dengan tujuan menambah

[20]https://invesmentbanking.blogspot.com/2008/11/optimalisasi-cross-selling pada tanggal 22 februari 2016

customer value. Definisi *cross selling* adalah cara perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk baru kepada konsumen yang sudah ada, berdasarkan pengalaman masa lalu mereka dalam mengkonsumsi produk perusahaan tersebut. *Cross selling* di desain untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, dan mengurangi kemungkinan berpindahnya konsumen ke perusahaan lain (mempertahankan pelanggan).

3. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah terdiri atas dua kata yaitu Bank dan Syariah. Kata Bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak yaitu pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam.

Penggabungan kedua kata tersebut menjadi "Bank Syariah". Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam. Selain itu, bank syariah biasa disebut *Islamic Banking* atau *Interest Fee Banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional

tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (maisir), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (gharar).[21]

Muhammad dalam bukunya *Manajemen Dana Bank Syariah* menyebutkan, Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits.[22]

Maka dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.

2. Kegiatan Bank Syariah

Kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah berdasarkan Prinsip Syariah menurut pasal 1 angka 13 Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Untuk menjalankan undang-undang tersebut selanjutnya dikeluarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 31/34/KEP/DIR tgl 12 Mei 1999, pada Bab VI pasal 28 tentang kegiatan usaha Bank

[21]Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Perpustakaan Nasional KDT), 2010, Ed 1, Cet ke-2 h 1

[22]Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Enkonisia), 2004, h 1

Syariah yaitu: Pasal 28, menyatakan bahwa " *Bank wajib menerapkan Prinsip Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya yang meliputi*:

a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yang meliputi:
    1) Giro berdasarkan prinsip *wadi'ah*
    2) Tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*
    3) Deposito berjangka berdasarkan prinsip *Mudharabah*
    4) Bentuk lain berdasarkan prinsip *wadi'ah* atau *mudharabah*
b. Melakukan penyaluran dana melalui:
    1) Transaksi jual beli berdasarkan prinsip: *Mudharabah, Istishna, Salam, dan Jual beli lainnya*.
    2) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip: *Mudharabah, Musyarakah dan Bagi hasil lainnya.*
    3) Pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip: *Hiwalah, Rahn, Qard.*
c. Membeli, menjual atau menjamin atas resiko sendiri surat-surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata (*under transaksi*) berdasarkan prinsip jual beli atau *hiwalah.*
d. Membeli surat-surat berharga pemerintah atau nasabah berdasarkan prinsip *syariah*.
e. Memindahkan uang atau kepentingan diri sendiri atau nasabah berdasarkan prinsip *wakalah*.

f. Menerima pembayaran tagihan atas surat beharga yang diterbitkan dan melakukan perhitungan dengan atau antar pihak ketiga berdasarkan prinsip *wakalah*.

g. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat-surat beharga berdasarkan prinsip-prinsip *wadi'ah yad dhamanah*.

h. Melakukan kegiatan penitipan termasuk penatausahanya untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontrak dengan *prinsip wakalah*.

i. Melakukan penempatan dan dari nasabah kepada nasabah lain dalam bentuk surat beharga yang tidak tercatat di Bursa Efek berdasarkan *Ujr*.

j. Memberikan fasilitas Letter of Credit (L/C) berdasarkan prinsip *wakalah, murabahah, mudharabah, musyarakah, dan wadiah*, serta memberikan fasilitas garansi bank berdasarkan prinsip *kafalah*.

k. Melakukan kegitan usaha kartu *debet* berdasarkan prinsip *Ujr*.

l. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan Bank sepanjang disetujui oleh Dewan Syariah Nasional.

3. Dana *Funding*

Bank Syariah memiliki peran sebagai lembaga perantara (*intermediary*), antara unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana (*surplus unit*), dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana (*deficit unit*), sehingga memberikan manfaat kepada kedua belah pihak.

Dalam bank syariah hubungan antara bank dengan nasabah adalah hubungan kemitraan. Oleh karena itu tingkat laba bank syariah tidak saja berpengaruh terhadap bagi hasil untuk para pemegang saham tetapi juga berpengaruh terhadap tingkat bagi hasil yang diberikan kepada nasabah penyimpan dana dan pemegang saham.

Penghimpun dana atau disebut juga *funding* merupakan kegiatan penarikan dana atau penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi berdasarkan prinsip syariah. Bentuk produk-produk pendanaan bank syariah ditunjukkan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak.

Prinsip operasional syariah yang telah ditetapkan secara luas dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Al-wadi'ah dan Al-Mudharabah*.[23] Prinsip akad yang digunakan oleh bank syariah untuk funding adalah:

a. *Wadi'ah. Wadi'ah* dapat diartikan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sipenitip menghendaki. Pada dasarnya prinsip *Wadi'ah* dibedakan atas dua yaitu:

    1) *Wadi'ah Yad Al Amanah*

        Merupakan titipan murni, barang yang dititipkan tidak boleh digunakan (diambil manfaatnya) oleh penitip, sewaktu titipan

[23]Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik,* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h 85

dikembalikan harus dalam keadaan utuh baik nilai maupun fisik barangnya, jika selama dalam penitipan terjadi kerusakan maka pihak yang menerima titipan tidak dibebani tanggung jawab, sebagai kompensasi atas tanggung jawab pemeliharaan dapat dikenakan biaya titipan.

2) *Wadiah Yad Ad Dhamanah*

Merupakan pengembangan dari *Wadi'ah Yad Al Amanah* yang disesuaikan dengan aktivitas perekonomian. Penerima titipan diberi izin untuk menggunakan dan mengambil manfaat dari titipan tersebut. Penyimpan mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab terhadap kehilangan / kerusakan barang tersebut. Semua keuntungan yang diperoleh dari titipan tersebut menjadi hak penerima titipan. Sebagai imbalan kepada pemilik barang / dana dapat diberikan semacam insentif berupa bonus, yang tidak disyaratkan sebelumnya. Aplikasi prinsip *Wadi'ah* dalam perbankan adalah untuk *Tabungan Wadi'ah* dan *Giro Wadi'ah.*[24]

b. *Giro Wadiah,* dalam Undang-undang No. 10 Tahun 1998, pasal 1 ayat (6) disebutkan yang dimaksud *Giro Wadi'ah* simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

[24]Irma Devita Purnamasari dan Suswinarno, *Kiat-kiat Cerdas, Mudah dan Bijak Memahami Masalah Akad Syariah*, (Bandung: Kaifa, 2011), h 27

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional ditetapkan ketentuan tentang Giro Wadi'ah (Himpunan Fatwa, Edisi kedua, hal 6-7) sebagai berikut:

1) Bersifat titipan
2) Titipan bisa diambil kapan saja
3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Karakteristik Giro Wadi'ah antara lain:

1) Harus dikembalikan utuh seperti semula sehingga tidak boleh overdraft berarti nasabah mengambil harta orang lain.
2) Dapat dikenakan biaya titipan
3) Dapat diberikan syarat tertentu untuk keselamatan barang titipan
4) Penarikan giro wadi'ah dilakukan dengan cek dan bilyet giro
5) Jenis dan kelompok rekening sesuai ketentuan tertentu
6) Dana wadi'ah hanya dapat digunakan seizing penitip

c. Deposito Syariah

Deposito secara umum adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian Nasabah Penyimpan dengan bank. Deposito Syariah adalah deposio berdasarkan prinsip mudharabah.[25]

[25] Muhammad Yusuf, *Bisnis Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), h 111

Dalam Fatwa Syariah Nasional ditetapkan ketentuan tentang Deposito Mudharabah (Himpunan Fatwa, Edisi kedua, hal 19-20) sebagai berikut:

1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul maal atau Pemilik dana dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana
2) Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syaraih dan mengembangkannya, termasuk didalamnya mudharabah dengan pihak lain.
3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening
5) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
6) Bank tidak diperkenankan untuk mengurangi nisbah keuntungan

BAB III

EFEKTIFITAS *CROSS SELLING* DALAM UPAYA PENINGKATAN DANA *FUNDING*

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Krisis multi-dimensi yang melanda Indonesia pada 1997-1998 membawa hikmah tersendiri bagi tonggak sejarah sistem perbankan syariah di Indonesia. Di saat bank-bank konvensional terkena imbas dari krisis ekonomi, saat itulah berkembang pemikiran mengenai suatu konsep yang dapat menyelamatkan perekonomian dari ancaman krisis yang berkepanjangan.

Di sisi lain, untuk menyelamatkan perekonomian secara global, pemerintah mengambil inisiatif untuk melakukan penggabungan (*merger*) 4 (empat) bank milik pemerintah, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo menjadi satu, 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). PT BSB merupakan salah satu bank konvensional yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi. Untuk keluar dari krisis ekonomi, PT BSB juga melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain dan mengundang investor asing.

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 dan 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 BSB 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 BSB 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 dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya.

Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di Perbankan Indonesia.

2. Visi dan Misi

a. Visi Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang

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

2) Bank Syariah Modern: menjadi bank syariah dengan system layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang, sebagai berikut:

1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan: menciptakan pertumbuhan bisnis dan keuntungan di atas rata-rata industry yang dicapai dengan strategi.

2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah: Senantiasa memperbaiki kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang terbaharu dan mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel pada segmen mikro, konsumer, dan usaha kecil menengah.

4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal: pengetahuan dan nilai-nilai kemanusiaan yang diterima masyarakat.

5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat dari tahap rekrukmen, penempatan, pengelolaan, pengembangan sampai retensi.
6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan: Bahwa BSM terus menerus berupaya memberikan manfaat pada masyarakat dan lingkungan yang meningkat dari waktu ke waktu.

3. Langkah – langkah Jangka Pendek 2016 – 2020 Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

a. Memperluas pangsa pasar di Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang dengan strategi pembagian team work yang bertugas melakukan pemerataan pasar dengan agenda presentasi setiap kali dilakukan meeting perusahaan.
b. Kampanye PAS (Percaya Diri, Antusias dan Semangat) yang dapat memberikan motivasi pada setiap karyawan dan mendorong semangat kerja yang efektif dan terstruktur serta mencapai target yang telah ditentukan.

PROFIL PERUSAHAAN

Nama : PT Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Bandar Buat Padang.

Alamat : Jl. Rimbo Datar No. 16D Rt. 02 Rw. 02 Kel. Bandar Buat Kec. Lubuk Kilangan Kota Padang Telp. (0751) 79100.

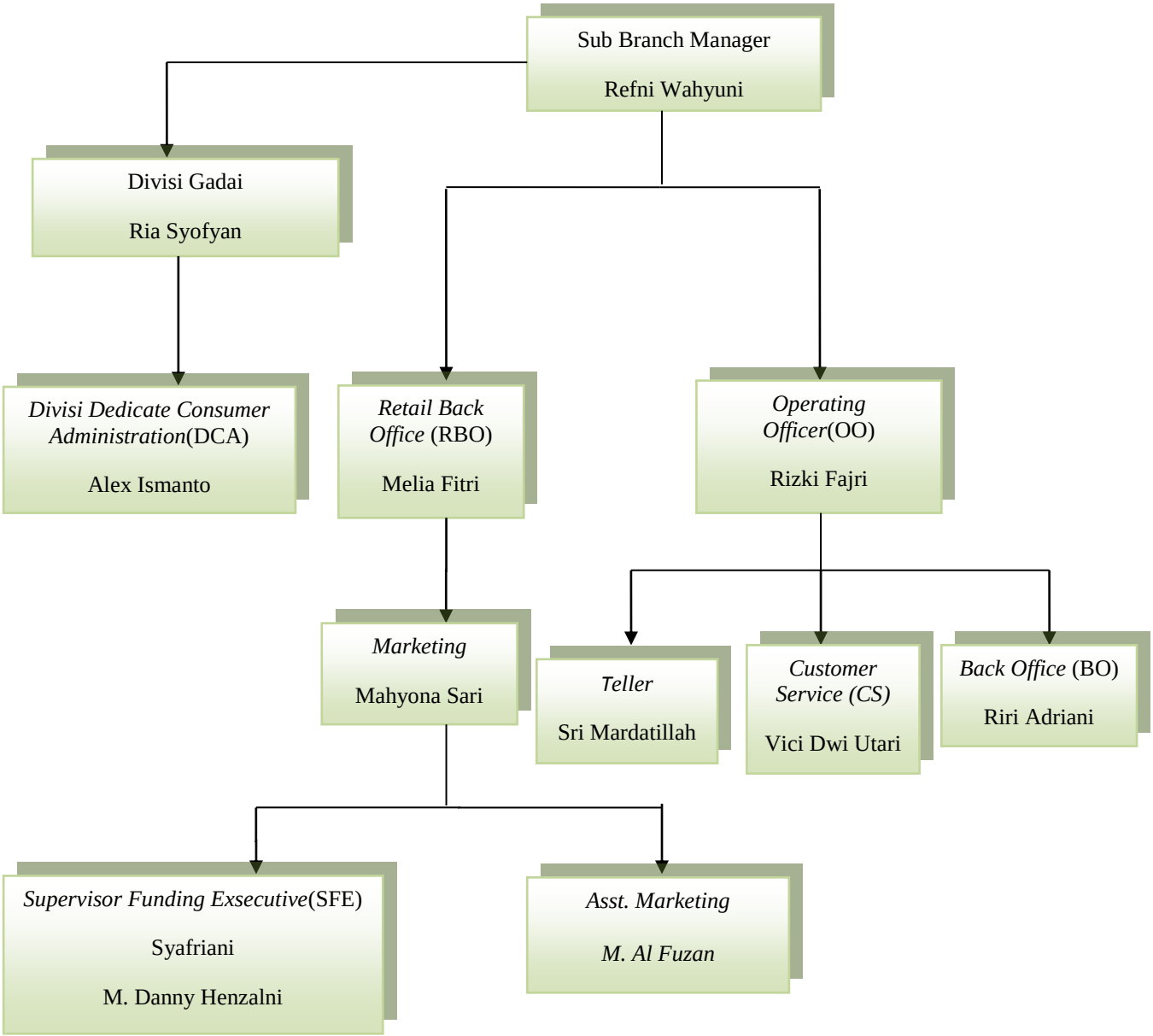
Kantor Cabang Padang : Jl. Belakang Olo No. 47 Kel. Kampung Jawa,

	Kec. Padang Barat Kota Padang Telp. (0751) 21113 fax. (0751) 24768.
Kantor Pusat	: Wisma Mandiri I Jl. Mh. Thamrin No. 5 Kota Jakarta Telp. (021) 230 0509 fax. (021) 3983 2989.
Izin Usaha	: SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999.
Pengesahan Akta	: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999
Modal Dasar	: Rp2.500.000.000.000 ,-
Modal Disetor	: Rp1.489.021.935.000,-
Ekuitas	: Rp4.936.978.820.072,-
Kantor Layanan	: 865 kantor layanan di seluruh Indonesia
Media Sosial	: **Facebook** Bank Syariah Mandiri**,** **Twitter**@syariahmandiri
Jaringan ATM	: Total ATM sebanyak 164.732 jaringanmeliputi • ATM Syariah Mandiri • ATM Mandiri • ATM BERSAMA • ATM Prima dan • ATM Malaysia Electronic Payment System (MEPS)
Jumlah Karyawan	: 19 orang

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang

Untuk melihat Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang, sebagaimana berikut:

Gambar 3.1
Struktur OrganisasiPT. Bank Syraiah Mandiri KCP Bandar Buat Padang



* Sumber PT BSM KCP Bandar Buat Padang

Berikut ini adalah tugas masing-masing yang ada pada skruktur organisasi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang:

a. Sub Branch Manager (Ka. Capem)

Tugas Sub Branch Manager:

1) Mengatur dan mengawasi jalannya planning yang telah di tentukan di awal
2) Memberikan arahan dan saran serta contoh yang baik kepada staff di bawahnya bagaimana strategi terbaik dalam pencapaian target saat ini
3) Melakukan verifikasi atau memberi tanda tangan jika ada aplikasi yang melibatkan nya di awal

b. Operational Officer

Tugas Operational Officer :

1) Mengatur dan merekap pertumbuhan asset di BSM KCP Bandar Buat Padang
2) Mengawasi kerja staff bagian operasional

c. Bagian Umum (Back Office)

Tugas bagian umum adalah:

1) Bertanggung jawab atas barang percetakan, alat tulis, pelaksanaan administrasi, keselamatan barang instansi kantor.
2) Memelihara register dan kartu investasi serta menghitung penyusutan
3) Mengagendakan surat masuk dan surat keluar dan mengarsipkannya

d. Petugas Penghimpunan Dana (Sharia Funding Executive)

Tugas penghimpun dana adalah:

1) Melakukan upaya penyuluhan dan meyakinkan calon nasabah.
2) Mempromosikan PT. Bank Syariah Mandiri.
3) Mempertanggung jawabkan setoran tunai yang diterima dari nasabah di lapangan.
4) Membuat rencana untuk penghimpunan dana.

e. Bagian Pembiayaan (Sales Assistent)

Tugas dari bagian pembiayaan adalah:

1) Melayani dan menerima nasabah yang akan melakukan pembiayaan.
2) Menerima permohonan pembiayaan dari nasabah serta mempersiapkannya.
3) Melakukan analisa secara menyeluruh terhadap kelayakan usaha calon debitur sebelum diberikan pembiayaan.
4) Menyerahkan hasil analisa dan memberikan pertimbangan atau rekomendasi kepada komite pembiayaan terhadap permohonan pembiayaan calon debitur.
5) Menjaga semua register yang berhubungan dengan pembiayaan.
6) Memberikan laporan kepada kepala bagian pembiayaan tentang semua aspek calon debitur.

f. Customer Service (CS)

CS bertugas untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada semua nasabah maupun calon nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang

g. Teller

Teller berfungsi menerima, menyimpan serta mengeluarkan uang tunai sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Tugas teller antara lain:

1) Melayani nasabah dalam transaksi uang tunai baik setoran maupun penarikan.
2) Bertanggung jawab atas uang tunai yang ada dalam brankas.
3) Mengidentifikasi atas keabsahan identitas nasabah seperti tanda tangan.
4) Mengerjakan mutasi harian teller serta jurnal bagian kas serta mencocokkan dengan bagian lain.
5) Meneliti kelengkapan berkas nasabah yang akan dicairkan dananya.
6) Bertanggung jawab atas kunci brankas.

h. Officer Gadai

Bertugas dalam aplikasi gadai dan investasi emas berdasarkan akad *murabahah*, dalam gadai terdapat satu staff yang bertugas dalam menaksirkan karatase emas.

i. Pembukuan dan Accounting

Bertugas untuk membukukan segala aktivitas yang terjadi setiap harinya dan kemudian membuat laporan yang dibutuhkan.

5. Produk – produk Bank Sariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang

a. Kegiatan *Funding* (Menghimpun Dana)

PT. Bank Syariah Mandiri menghimpun dana masyarakat dengan

menggunakan atau memakai prinsip *mudharabah muthlaqah* (bagi hasil) dan prinsip *wadiah* (titipan). Jenis produk yang ditawarkan adalah:

PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang menghimpun dana masyarakat dengan menggunakan atau memakai prinsip *mudharabah muthlaqah(* bagi hasil) dan prinsip *wadiah* (titipan). jenis produk yang ditawarkan adalah:

1) Tabungan

Menurut Undang-undang Perbankan No 10 Thn 1998 Tabungan adalah Simpana yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[26]

Sarana Penarikan Tabungan: Buku Tabungan, Slip Penarikan, Atm, Sarana Lainnya. Setoran Tabungan: setoran tunai, setoran nontunai (pemindahbukuan, kliring dan transfer masuk)

Jenis tabungan terdiri dari:

a. Tabungan BSM

Yaitu tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di konter BSM atau melalui ATM.

b. BSM Tabungan Mabrur

[26]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006) h 57

Yaitu tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

c. BSM Tabungan Investa Cendekia

Yaitu tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

d. BSM Tabungan Berencana

Yaitu tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

e. BSM Tabungan Simpatik

Yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

f. TabunganKu

Yaitu tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2) BSM Giro

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

Menurut Undang-undang Perbankan No 10 thn 1998 Simpanan Giro adalah Simpana yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan.

Menurut Dendawijaya (2000: 56), dalam pelaksanaannya, giro ditatausahakan oleh bank dalam suatu rekening yang disebut dengan rekening Koran. Jenis rekening ini berupa: Rekening atas nama perorangan, rekening atas nama suatu lembaga, rekening bersama atau gabungan.

3) BSM Deposito

Yaitu investasi bejangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah*. Dalam hal ini nasabah bertindak sebagai shahibul maal dan bank sebagai mudharib.Penerapan *mudharabah mutlaqah* terhadap deposito dikarenakan kesesuaian yang terdapat diantara keduanya. Akad *mudharabah multlaqah* mensyaratkan adanya tenggang waktu ini merupakan salah satu sifat deposito.[27]

Menurut Undang-undang No 10 Thn 1998 Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank. Untuk mencairkan deposito yang dimiliki deposan dapat menggunakan bilyet deposito atau sertifikat deposito. Dalam

[27]Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani 2001) h 157

praktiknya terdapat tiga jenis deposito yaitu deposito berjangka, sertifikat deposito, deposit on call.[28]

b. Produk Penyaluran Dana

Produk Penyaluran Dana PT. Bank Syariah Mandiri berupa pembiayaan yang didasarkan atas akad atau perjanjian sesuai dengan tuntutan syariah Islam. Sistem pembayaran atas dasar prinsip kerja sama dan persaudaraan yang Islam Insya Allah akan membawa kemaslahatan. Pembiayaan diutamakan untuk pembelian nasabah secara konsumtif dengan didasari pada akad *murabahah*. Jenis produk pembiayaan PT. Bank Syariah Mandiri adalah:

1) Pembiayaan Implan

   Yaitu pembiayaan yang diberikan oleh bank dalam segmen consumer kepada para Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan syarat jaminan berupa SK 80%, 100% dan kenaikan pangkat serta TASPEN berdasarkan akad murabahah.

2) Pembiayaan Griya

   Yaitu pembiayaan yang diberikan oleh bank untuk tujuan pembelian rumah baru, tanah kavling / bekas atau renovasi rumah dengan syarat jaminan Surat Hak Milik (SHB) dan Surat Hak Guna Bangunan (SHGB).

3) Pembiayaan OTO

[28]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006) h 62-63

Yaitu pembiayaan yang diberikan oleh bank untuk tujuan pembelian kendaraan seperti mobil dan motor dengan syarat jaminan BPKB mobil/motor baru.

4) Pembiayaan Pensiunan

Yaitu pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada para pensiunan pegawai BUMD/BUMN, TNI dan POLRI, serta PNS baik PNS Pusat maupun PNS Daerah.

Persyaratan pengajuan pembiayaan untuk usaha berbentuk konsumtif tersebut adalah[29]:

a) Foto copy KTP suami istri dan kartu keluarga (KK).
b) Foto copy Akta Nikah
c) Pas foto suami istri ukuran 3 X 4, sebanyak 2 lembar.
d) Foto copy agunan berupa SK PNS dan Taspen, BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah.
e) Legalitas Usaha.

c. Jasa dan Layanan (Service)

1) BSM Card

Yaitu kartu yang dapat digunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit.

2) BSM Mobile Banking GPRS (MBG)

Yaitu layanan transaksi perbankan non tunai melalui mobile phone berbasis GPRS.

[29]Company Profil Bank Syariah Mandiri Kcp Bandar Buat

3) BSM Net Banking

Yaitu layanan transaksi perbankan non tunai melalui internet.

B. Efektifitas *Cross Selling* dalam Upaya Peningkatan Dana *Funding* Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang

Upaya yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang dalam memasarkan produk dan jasa layanan dengan meningkatkan penjualan, pendapatan, dan kualitas dari penjualannya yaitu melalui *Cross Selling. Cross Selling* merupakan metode penjualan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak baik bank maupun nasabah. Dimana bank menjual produk dan layanan yang dimilikinya kepada calon nasabah ataupun nasabahnya, dengan tujuan agar nasabah bersedia untuk menggunakan lebih dari satu produk atau layanan. *Cross Selling* tidak hanya kepada nasabah tertentu dilakukan tetapi kepada semua nasabah karena *Cross Selling* ini wajib dilakukan kepada semua nasabah Bank.

Dengan dilakukannya *Cross Selling* kepada semua nasabah ini diharapkan pendapatan bank bertambah. *Cross Selling* kepada semua nasabah bertujuan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan setiap nasabah. Bagi nasabah metode ini lebih efisien karena nasabah hanya akan berhubungan dengan satu penjual saja, nasabah lebih mengetahui produk-produk dan jasa layanan bank sehingga nasabah tertarik untuk tetap menjadi nasabah bank tersebut. Bagi bank metode *cross selling* ini akan menghemat waktu, biaya dan tingkat keberhasilan yang lebih tinggi karena bank sudah lebih mengenal

nasabah. Bank sudah mengetahui profil nasabah sehingga bank mengetahui produk dan jasa layanan apa yang sedang dibutuhkan nasabah.

Cross selling merupakan kegiatan yang sangat penting dan dianggap faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar yang tujuan akhirnya meningkatkan pendapatan bank. Melalui *Cross Selling* dapat dijalin hubungan antara bank dengan nasabah yang bersifat sejajar (*the parallelstyle*) karena sifat hubungan itu saling menerima dan memberi sehingga dapat bersama–sama memecahkan masalah.Intinya, konsep *Cross Selling* ditujukan agar nasabah tergantung dengan bank dan pihak bank sendiri dituntut untuk cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah.[30]

Perkembangan perbankan ini diikuti oleh terjadinya persaingan yang semakin ketat antar bank, baik dalam penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Berbagai cara dilakukan oleh bank untuk menarik nasabah, mulai dari penawaran produk yang lebih beragam, pelayanan yang lebih prima, promosi yang menarik, hingga hadiah yang menggiurkan. Tentu saja bank tidak mengharapkan terjadinya hubungan yang sesaat dengan nasabah, karena itu kepuasan nasabah mutlak diperlukan. Nasabah yang puas, sangat potensial menjadi nasabah yang loyal. Dan ini bisa membentuk *customer based* yang kokoh, yang akan memberikan kontribusi besar bagi perkembangan bank selanjutnya.

[30]Wawancara Pribadi dengan Kak Riri Adriani, Account Officier Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat PadangKamis4 Februari 2016

Ada beberapa tahapan yang harus dicapai oleh Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang dalam mengelola hubungan dengan nasabah yaitu:

1. Bank harus jeli dalam melihat peluang pasar baru demi menambah jumlah nasabah.
2. Bank mampu menjaga nasabah agar tetap memiliki hubungan bisnis dengan bank. Biasanya ditandai dengan pembelian ulang dan frekuensi komunikasi nasabah dengan bank yang cukup sering. Strategi *cross selling* berusaha mencapai tataran ini, yaitu nasabah akan melakukan pembelian ulang atau pembelian silang (*cross selling).*
3. Bank membangun ikatan yang kuat dengan nasabah. Kedekatan nasabah dengan bank sudah sedemikian erat, sehingga nasabah sudah menghilangkan jarak dirinya dengan bank, baik dari sisi rasional maupun emosional.[31]

Dengan upaya tersebut Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang dapat dengan mudah melakukan *Cross Selling* dan peningkatan Dana *Funding*. Berdasarkan data yang didapat dari Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang pada tebel 3.1 dapat dilihat seberapa efektifkah *Cross Selling* yang diterapkan dalam meningkatkan Dana *Funding* lima tahun terakhir dilakukan.

[31]Company Profil Bank Syariah Mandiri Kcp Bandar Buat

Tabel 3.1
Dana *Funding* PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang
(dalam miliar)

No	Tahun	Total Dana Funding			Jumlah	Peningkatan (%)
		Tabungan	Giro	Deposito		
1	2010	9.872	4.015	15.110	28.998	-
2	2011	14.424	4.669	23.525	42.618	46,9
3	2012	19.148	6.434	24.827	50.409	18,3
4	2013	22.101	7.525	26.834	56.461	12,0
5	2014	22.685	6.200	35.936	64.821	14,8

*Sumber : Bank Syariah Mandiri, Dana Funding Desember 2014[32]

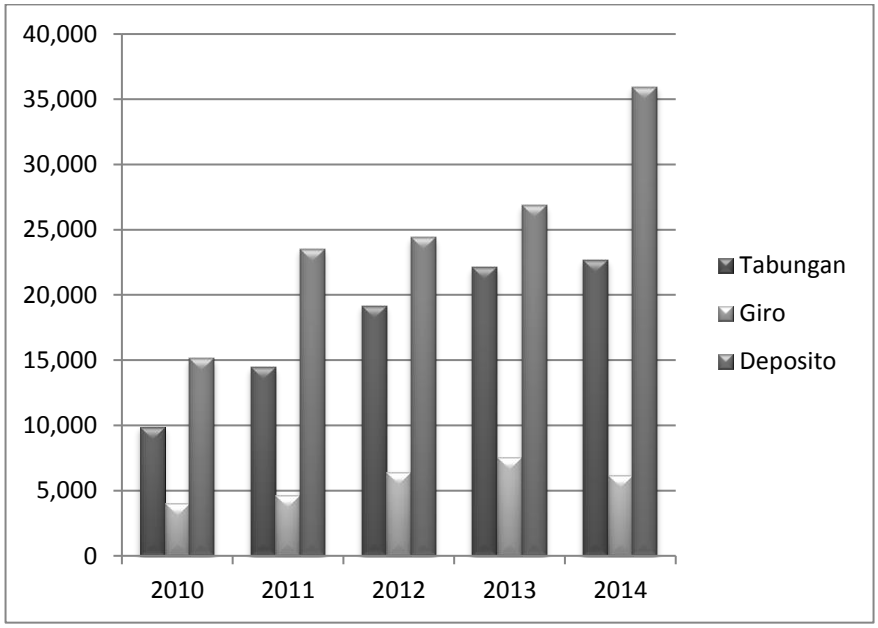
Setiap tahunnya Dana *Funding* PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang mengalami peningkatan walaupun peningkatannya belum signifikan. Pada tahun 2011 mengalami peningkatan yang cukup signifikan karena pada tahun 2011 *Cross Selling* sedang gencar-gencarnya dilakukan pada Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang. *Cross Selling* dilakukan kepada semua nasabah, banyak produk yang ditawarkan kepada nasabah sehingga banyak nasabah yang tertarik untuk menggunakan lebih dari satu produk. Ini merupakan bukti bahwa *Cross Selling* efektif untuk meningkatkan Dana *Funding*. Hanya saja pada tahun 2013 peningkatan yang terjadi hanya sebesar 12,0%, ini merupakan peningkatan yang paling rendah dibandingkan dengan peningkatan lima tahun terakhir. Hal ini dikarenakan terkendala dengan waktu dan jumlah *Customer Service* yang tidak memadai sehingga belum maksimal pelayanan *Cross Selling* ini dilakukan. Dalam pelaksanaan *Cross Selling* ini hanya dilakukan oleh *Customer Service*. Jumlah nasabah yang harus dilayani setiap harinya cukup banyak sehingga *Customer Service* harus

[32]Company Profil Bank Syariah Mandiri Kcp Bandar Buat

mampu membagi waktu sebaik mungkin dalam melayani nasabah dan memberikan *Cross Selling* terhadap semua nasabah yang datang.

Grafik 3.1

Dana *Funding* Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang



*Sumber Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang 2010-2014

Dari Grafik 3.1 dapat dilihat bagaimana *Cross Selling* sangat mempengaruhi Dana *Funding* Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang. Setiap tahun mengalami kenaikan hanya saja pada tahun 2013 kenaikan hanya 12,0%. Dengan semakin ditingkatkannya *Cross Selling* ini dilakukan maka peningkatan dana *funding* akan ikut meningkat.

Ada tiga hal penting yang perlu ditingkatkan dalam rangka suksesnya pelaksaan *Cross Selling* di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang yaitu:

1. Pengetahuan akan Produk.

Pada poin ini, karyawan dituntutkan untuk mengetahui semua hal mengenai produk dan jasa layanan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang. Bukan hanya mengetahui bagian pekerjaannya saja. Oleh karena itu pengetahuan akan produk ini menjadi dasar utama yang harus dimiliki oleh segenap karyawan. Hal ini berpengaruh besar dalam menunjang suksesnya *cross selling* yang diterapkan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang dalam memasarkan produk dan jasa layanannya sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah dan optimalisasi keuntungan.

Dalam operasionalnya belum menunjukan hasilnya cukup maksimal, ini karenakan karyawan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang belum mengetahui semua produk-produk yang dikeluarkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri, ini bisa menjadi indikator bahwa pengetahuan karyawan akan produk belum maksimal.

2. Mengenal Nasabah.

Penerapan prinsip mengenal nasabah diperlukan untuk meminimalisir kemungkinan risiko yang akan timbul dalam operasional pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang. Dari segi bisnis prinsip ini memberikan manfaat yang besar bagi bank, yaitu dengan mengenal nasabah maka akan dapat dengan mudah diawasi perkembangan nasabah sehingga dapat meningkatkan potensi sukses konsep *cross selling*. Mengetahui kebutuhan nasabah adalah pintu utama dalam melakukan *cross selling.*

Mengetahui profil nasabah (*client profiling*) merupakan hal penting dalam rangka pengembangan produk.Sehingga PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang mampu mengembangkan produk-produk yang ditawarkan kepada nasabahnya.

3. Pelayanan yang Prima.

Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang, pelayanan yang prima kepada nasabah menjadi hal utama yang sangat diperhatikan dalam operasionalnya. Dalam masalah pelayanan, menjalin hubungan dengan nasabah merupakan tanggung jawab pada bagian *customer service*. Namun sesungguhnya setiap karyawan pada level manapun harus bisa menjalin hubungan yang baik dengan nasabah karena jika salah satu level manajemen dalam perusahaan tidak memahami bagaimana mengelola hubungan dengan nasabah, maka kerja keras yang dilakukan pihak perbankan untuk memperoleh nasabah akan menjadi sia-sia.[33]

Ada beberapa kendala dalam melakukan *Cross Selling* pada Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang:

1. Hanya ada satu *Customer Service* untuk melayani kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga tidak optimal *Cross Selling* dilakukan.
2. Nasabah yang harus dilayani banyak sehingga waktu untuk *Cross* Selling tidak ada. Padahal *Cross Selling* wajib dilakukan kepada semua nasabah.
3. Karyawan tidak mengetahui semua produk dan jasa layanan pada Bank

[33]Wawancara Pribadi dengan Vici Dwi Utari, Customer Service Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang, Kamis 4 Februari 2016

Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang sehingga baru *Customer Service* yang dapat melakukan *Cross Selling*.

4. Belum adanya target setiap bulannya untuk setiap *Cross Selling* dilakukan sehingga ini menjadi kendala untuk melakukan *cross selling.*
5. Belum adanya perencanaan yang matang seperti pencatatan berapa *cross selling* yang dilakukan setiap harinya.

Dalam operasionalnya, sebuah kantor layanan memiliki unit *Customer Service* (CS). Seorang *CS* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. *CS* harus memiliki dasar pelayanan yang kokoh seperti etiket pelayanan, pengenalan produk dan lainnya.Salah satu fungsi *CS* adalah melakukan *cross selling* terhadap semua produk dan jasa layanan yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang. Posisi seorang *CS* penting dalam pemasaran produk dan pelayanan nasabah. Tiap pelayanan yang diberikan *CS* akan membuka satu kesempatan bagi nasabah untuk menawarkan produk-produk terbaru dan menjelaskannya secara detail bila nasabah menunjukkan ketertarikan pada produk tersebut. *CS* mengarahkan dan memberikan penjelasan selengkap mungkin tentang produk dan jasa lainnya yang dibutuhkan nasabah.[34] *CS* dalam menanggapi permintaan buka rekening terlebih dahulu menjajaki / menggali kebutuhan nasabah, dengan menanyakan:

1. Apakah yang bersangkutan pernah membuka rekening di BSM KCP Bandar Buat Padang? jika "Ya" gunakan *CIF* yang sama
2. Rekening pribadi atau perusahaan ?

[34]Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 2008 h 33

3. Untuk keperluan investasi atau sehari-hari ?
4. Mata uang Rupiah atau Valuta Asing ?
5. Jangan langsung menyodorkan Aplikasi Pembukaan Rekening

Setelah *CS* menjelaskan produk dan jasa layanan yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang dan nasabah telah mengetahui produk yang akan dipakai, *CS* berinisiatif melakukan *Cross Selling* dengan spontan baik itu nasabah baru atau nasabah *eksisting.* Waktu yang dibutuhkan seorang *CS* dalam melayani nasabah dalam pembukaan rekening maksimal 30 menit termasuk 1 *Cross Selling*, sedangkan untuk penutupan rekening maksimal 15 menit termasuk menayakan alasan nasabah menutup rekening. *CS* Melakukan *cross selling* dengan melihat portofolio nasabah, sehingga menawarkan produk yang sudah dimiliki nasabah dengan kalimat yang sesuai.

1. Lakukan *cross selling* produk berdasarkan
    a. Membuat perkiraan kebutuhan nasabah berdasarkan profil dan data nasabah, misalnya dengan menanyakan :

        "Ibu, putranya umur berapa sekarang? Kira-kira nanti ingin sekolah dimana? Apakah sudah mulai dipersiapkan? Kami memiliki produk Tabungan Investa Cendikia untuk membantu ibu mempersiapkan biaya sekolah untuk putra Ibu."

    b. Promo program

        Menawarkan produk yang sedang ada promo program, misalnya :

" Ibu, kartu debet sedang ada program diskon 50% di berbagai macam restoran. Apakah Ibu tertarik? Saya lihat cocok sekali dengan hobby ibu."

c. Kebutuhan nasabah

" Bapak saya lihat sedang butuh dana untuk membangun rumah Bpk, kami mempunyai produk BSM Griya yang sangat cocok dengan kebutuhan Bpk saat ini."

2. *Cross Selling*, dilakukan :

a. Saat di tengah layanan

CS melakukan cross selling berdasarkan kepada :Profil Nasabah, Promo, Kebutuhan Nasabah.

b. Setelah selesai melayani

CS menanyakan kesediaan waktu untuk nasabah mendengarkan penjelasan dari *CS* mengenai produk

c. Lakukan konfirmasi setelah selesai menjelaskan produk

1)Apakah produk yang direkomendasikan sesuai dengan kebutuhan nasabah

2) Apa keputusan terakhir dari nasabah[35]

Dalam melakukan *Cross Selling CS* tidak jarang mendengar keluhan dari nasabah. *CS* dalam menangggapi keluhan nasabah tersebut harus mendengarkan setiap komplain yang diajukan nasabah dengan penuh perhatiandan tanpa menyela pembicaraan nasabah, biasakan untuk

[35]Company Profil Bank Syariah Mandiri Kcp Bandar Buat

mengkonfirmasi kepada nasabah tentang masalah yang dialaminya. Seorang *CS* harus menunjukan empati dan meminta maaf atas ketidak nyamanan yang dialami nasabah. Minta identitas nasabah dan bukti kepemilikan rekening (kartu ATM, buku dll). Minta informasi detil komplain agar tidak terjadi salah pengertian (bukti/ slip transaksi, tanggal kejadian). Pelajari komplain nasabah berdasarkan bukti-bukti yang ada, cek mutasi rekening nasabah, lakukan konfirmasi kepada pihak lain bila diperlukan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang, maka dapat dikemukakan kesimpulan bahwa *Cross Selling* dalam Upaya Peningkatan Dana *Funding* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang efektif untuk dilakukan yaitu dengan cara:

1. Meningkatkan pengetahuan akan produk

   Karyawan dituntut untuk mengetahui semua hal mengenai produk dan jasa layanan pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang. Bukan hanya mengetahui pekerjaannya saja. Oleh karena itu pengetahuan akan produk ini menjadi dasar utama yang harus dimiliki oleh semua karyawan.

2. Meningkatkan pengenalan nasabah

   Dari segi bisnis prinsip pengenalan nasabah ini memberikan manfaat yang besar bagi bank, yaitu dengan mengenal nasabah maka akan dapat dengan mudah diawasi perkembangan nasabah sehingga dapat meningkatkan potensi sukses konsep *cross selling*.

3. Meningkatkan pelayanan prima

   Pada PT. Bank SyariahMandiri KCP Bandar Buat Padang, pelayanan yang prima kepada nasabah menjadi hal utama yang sangat diperhatikan dalam operasionalnya. Dalam masalah pelayanan, menjalin hubungan dengan nasabah merupakan tanggung jawab pada bagian *customer service*.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas maka dapat dikemukakan saran yaitu perlunya sumber daya insani yang lebih dan professional agar dapat melakukan *Cross Selling* yang efektif dalam Upaya Peningkatan Dana *Funding* Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang. Pengetahuan karyawan akan produk dan layanan yang ada harus ditingkatkan. Harus adanya perencanaan yang matang dalam *Cross Selling* seperti pencatatan berapa *Cross Selling* dilakukan dalam sehari.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Ali, Zainuddin. 2010. *Hukum Perbankan Syariah Ed.1 Cet-2*. Jakarta: Perpustakaan Nasional KDT

Antonio, Muhammad Syafi'i, 2001, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani.

Arif, M. NurSutanto Al, 2010. *Dasar – dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.

Bukhori, Herry Achmad dan Djaslim Saladin. 2006. *Dasar – dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya.

Company Profile Bank SyariahMandiri

Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 01/DSN-MUI/V/2000 Tentang Giro.

Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 03/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Deposito.

https://invesmentbanking.blogspot.com/2008/11/*optimalisasi-cross-selling*padatanggal 22 februari 2016.

Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*.Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada.

Kasmir, 2006. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan.

Lubis, Hari S.B. dan Martani Husaini. 1987. *Teori Organisasi* (Suatu Pendekatan Makro). Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-ilmu Sosial Universitas Indonesia.

Muhammad. 2004. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.

Parwaatmadja, Karnaendan M. Syafi'I Antonio.1997. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: PT. Dana Bhakta Wakaf.

Purnamasari, Irma Devita dan Suswinarno. 2011. *Kiat-kiat Cerdas, Mudah dan Bijak Memahami Masalah Akad Syariah*. Bandung: Kaifa.

Siamat, Dahlan. 2005. *Manajemen Lembaga Keuangan Kebijakan Moneter dan Perbankan.* Jakarta: LPFEUI.

Steers, Richard M. 1985.*Efektifitas Organisasi*Cet Ke-2. Jakarta: Erlangga.

Subagyo, Joko. 1997. *Metodologi Penelitian dari teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sumar'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah Ed. 1*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Teguh, Muhammad. 1999. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Tim Mitra Bestari, 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: PT. Refika Aditarama.

Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1997. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Ed.2 cet 9*. Jakarta: Balai Pustaka.

Undang- Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

*Wisegeek: What is cross-selling, (*Online). (http://www.wisegeek.com/*what-is-cross-selling*.htm, diakses 22 February 2016).

Yusuf, Muhammad. 2007. *Bisnis Syariah*. Jakarta: MitraWacana Media.