

PENGARUH KINERJA SYARIAH FUNDING EXECUTIVE (SFE) TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PENDANAAN DI BANK MUAMALAT KCP SALMAN-ITB BANDUNG

¹ Fadhilah Tsalas Nur, ² Asep Ramdan Hidayat, ³ Aminuddin Irfani

^{1,2,3} *Keuangan dan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*
e-mail: fadhilahtsalasnur@gmail.com

Abstrak. Perkembangan produk pendanaan yang berupa produk tabungan dan deposito belum begitu menonjol dalam jumlah rekeningnya serta belum menunjukkan peningkatan yang signifikan di Bank Muamalat KCP Salman. Hal ini bisa dilihat dari rata-rata FDR Bank Muamalat di atas 100%. Artinya, pembiayaan yang di salurkan melebihi nominal Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dimiliki Bank Muamalat. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja *Syariah Funding Executive* dalam kegiatan pemasaran produk pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif analisis, yakni metode yang menggambarkan suatu fenomena berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung dengan cara mendeskripsikan data yang ada dan disusun sistematis kemudian menganalisisnya sehingga dapat ditarik kesimpulan. Di mana penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh kinerja *Syariah Funding Executive* terhadap peningkatan jumlah nasabah pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman.

Hasil penelitian ini adalah kinerja *Syariah Funding Executive* dalam kegiatan pemasaran produk pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB secara umum telah menunjukkan kinerja yang cukup baik. Tingkat perkembangan jumlah rekening deposito sebagai indikasi peningkatan nasabah pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini terlihat dari jumlah rekening dan nominal DPK di Bank Muamalat KCP Salman meningkat selama periode 2011 sampai dengan 2014. Dan pengaruh kinerja *Syariah Funding Executive* dalam kegiatan pemasaran produk pendanaan terhadap peningkatan nasabah pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB terdapat pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci : Produk Bank Syariah, Pendanaan, Kinerja, dan Sales.

A. Pendahuluan **Latar Belakang Masalah**

Dalam menjalankan bisnis perbankan dan meningkatkan pendanaan di suatu bank, maka bank membutuhkan nasabah atau pihak ketiga yang memiliki dana dan menginvestasikan dananya atau membeli produk pada bank itu. Untuk mendapatkan nasabah tersebut membutuhkan pegawai-pegawai bank yang piawai dalam menggandeng nasabah, salah satunya seperti *Syariah Funding Executive* (SFE).

Akan tetapi pada kenyataannya, fluktuasi perkembangan jumlah nasabah deposito sebagai indikasi dari peningkatan produk pendanaan di Bank Muamalat Indonesia khususnya Kantor Cabang Pembantu (KCP) Salman – ITB, tidak begitu signifikan, jika dibandingkan dengan produk pembiayaan, pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman belum berimbang secara persentase perbandingan dengan penyaluran pembiayaannya. Hal ini bisa dilihat dari rata-rata FDR Bank Muamalat di atas 100%. Artinya, pembiayaan yang di salurkan melebihi nominal Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dimiliki Bank Muamalat, sedangkan *Syariah Funding Executive* (SFE) dalam mempromosikan produk pendanaan khususnya deposito, merasa telah maksimal dalam melakukan program pemasaran dengan strategi tersendiri.

Kepiawaian pegawai bank tersebut atau yang biasa disebut *Funding officer* dalam melakukan pekerjaannya itu harus ditunjang oleh pengetahuan mengenai

karakteristik calon nasabah, produk yang akan ditawarkan dan kemampuan membangun kepercayaan dan ketertarikan calon nasabah akan kualitas produknya. Seorang *Funding Officer* pun dituntut memiliki kemampuan komunikasi yang bagus, *interpersonal skill* yang hebat, komunikasi bisnis, proses jual-beli, *customer profitability analysis*, *customer behavior*, *relationship skill in funding*, mampu membina hubungan baik dan *networking* yang bagus dengan nasabah/calon nasabah yang berpotensi menanamkan dananya di bank. Selain itu ia pun harus memiliki keahlian dalam menganalisa dan eksplorasi kebutuhan para calon nasabah. Hal ini akan menjadi investasi yang sangat berharga bagi bank untuk mendidik dan melatih para *Funding Officer* nya dalam meningkatkan kompetensi pegawai untuk kemajuan banknya.¹

Dengan begitu tingkat perkembangan jumlah rekening deposito sebagai indikasi peningkatan nasabah pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB mengalami perkembangan yang signifikan.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kinerja *Syariah Funding Executive* dalam kegiatan pemasaran produk pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB.
2. Untuk mengetahui tingkat perkembangan jumlah rekening deposito sebagai indikasi peningkatan nasabah pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB. Untuk mengetahui pengaruh kinerja *Syariah Funding Executive* dalam kegiatan pemasaran produk pendanaan terhadap peningkatan nasabah pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB.

B. Landasan Teori

Pengertian Produk Bank Syariah

Menurut M. Napis Djuaeni, Produk dalam Bahasa Arab dikenal dengan istilah *Al-Intaaj* (الإنتاج).² Adapun definisi produk menurut Philip Kotler adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.³

Produk yang ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi dan ide. Jadi produk dapat berupa manfaat *tangible* maupun *intangible* yang dapat memuaskan pelanggan.

Tingkatan Produk

Philip Kotler membagi produk dalam lima tingkatan :⁴

- a. *Core Benefit* (Manfaat dasar)
Jasa atau manfaat dasar dari produk yang sesungguhnya dibeli oleh pelanggan.
- b. *Generic Product* (produk generik)
Versi dasar dari sebuah produk
- c. *Expected Product* (produk yang diharapkan)

¹ <http://www.lppi.or.id/index.php/module/Blog/sub/1/id/bekal-pengetahuan-funding-officer-fo> di akses pada tanggal 29 April 2014 pada pukul 13.00 wib.

² M. Napis Djuaeni, *Kamus Kontemporer Indonesia-Arab Istilah Politik-Ekonomi*, Mizan, Bandung, 2005 : Hal. 631.

³ Kotler, Philip. *Marketing Management*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006 : Hal. 448.

⁴ *Ibid*, Hal. 449 – 451.

Seperangkat atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan dan disetujui pembeli ketika membeli produk tersebut.

- d. *Augmented Product* (produk tambahan)
Meliputi tambahan jasa dan manfaat yang akan membedakannya dengan produk atau jasa pesaing.
- e. *Potential Product* (produk potensial)
Semua tambahan dari perubahan yang mungkin didapat produk tersebut di masa yang akan datang.

Klasifikasi Produk

Philip Kotler mengklasifikasikan produk menjadi tiga kelompok :⁵

- a. *Non Durable Goods* (barang tidak tahan lama)
Merupakan barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian.
- b. *Durable Goods* (barang tahan lama)
Merupakan barang berwujud yang biasanya tidak habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian.
- c. *Service Goods* (jasa)
Merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual sebagai barang yang tidak berwujud.

Produk perbankan syariah muncul karena didasari oleh operasionalisasi fungsi bank syariah. Dalam menjalankan operasinya bank syariah memiliki empat fungsi sebagai berikut :

- Sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investor / deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank.
- Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki pemilik dana (*shahibul mal / صاحب المال*) sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana.
- Sebagai penyedia jasa lalulintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- Sebagai pengelola fungsi sosial.

Dari keempat fungsi operasional tersebut kemudian diturunkan menjadi produk-produk bank syariah yang secara garis besar dapat dikelompokkan ke dalam produk pendanaan, pembiayaan dan jasa serta produk kegiatan sosial. Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antara pihak yang memerlukan dana (*deficit unit*) dengan pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*) bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan.

Secara umum, produk-produk bank syariah sebagaimana yang diungkapkan menurut Karnaen Perwataatmaja dan Muhammad Safe'i Antonio dalam bukunya yang berjudul "Apa dan Bagaimana Bank Islam", adalah sebagai berikut :⁶

1. Produk Pengerahan Dana:
 - a. Giro Wadiah / *وديعة*
Kata wadi'ah berasal dari *wada'asy syai-a / وادع الشيء*, yaitu meninggalkan sesuatu. Sesuatu yang seseorang tinggalkan pada orang lain agar dijaga disebut

⁵ *Idem.*

⁶ M. Syafii Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2001 : Hal. 17 – 18.

wadi'ah, karena dia meninggalkannya pada orang yang sanggup menjaga. Secara harfiah, *Al-wadi'ah* / *الوادة* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaknya.⁷ Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa wadiah artinya yaitu memberikan kekuasaan kepada orang lain untuk menjaga hartanya atau barangnya dengan secara terang-terangan atau dengan isyarat yang semakna dengan itu.

- b. Tabungan Mudharabah / *مضاربة*
Menurut bahasa, kata mudharabah berasal dari adh-dharbu fil ardhi / الضرب في الأرض yaitu melakukan perjalanan untuk berniaga.⁸ Mudharabah secara istilah dapat diartikan, akad kerjasama antara pemilik dana (*shahibulmaal*) dengan pengusaha (*mudharib*) untuk melakukan suatu usaha bersama. Keuntungan yang diperoleh dibagi antara keduanya dengan perbandingan nisbah (prosentase) yang disepakati sebelumnya.
 - c. Deposito Investasi Mudharabah
 - d. Tabungan Haji Mudharabah
 - e. Tabungan Qurban
2. Produk Penyaluran Dana:
- a. Pembiayaan Mudharabah
 - b. Pembiayaan Murabahah / *مراوحة*
 - c. Pembiayaan Bai Bithaman Ajil / *بيع بالظمان العجل*
 - d. Pembiayaan Al Qardhul Hasan / *القرض الحسن*
 - e. Pembiayaan Musyarakah / *مشاركة*
3. Produk Pelayanan Jasa:
- a. Jual beli Valuta Asing (Al-Sharf / *الصرف*)
 - b. Bank Garansi atau pemberian jaminan (Al-Kafalah / *الكفالة*)
 - c. Wakalah terdiri dari penerbitan L/C, pengiriman uang, dan Inkaso.

Pada sistem operasai bank syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan, dengan prjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bank Muamalat Indonesia merupakan salah satu bank syariah yang memiliki produk pendanaan baik berupa tabungan maupun deposito. Di Bank Muamalat ada nama lain bagi *Funding Officer* yaitu *Syariah Funding Executive* (SFE). Tugas dan cara kerjanya sama dengan *Funding Officer* hanya nama nya saja yang berbeda. Sebagai lembaga keuangan atau bank berdasarkan nilai-nilai syariah dalam pelaksanaan operasionalnya dengan tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (maisir), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (gharar), maka kinerja dari *funding officer* di Bank Muamalat juga harus memiliki karakteristik marketing yang Islami.

Selain ditarget oleh manajemen Bank Muamalat untuk dapat mengumpulkan dana nasabah sebanyak-banyaknya melalui tabungan, giro, deposito, jajaran *funding officer* di Bank Muamalat juga harus memiliki dimensi misi dakwah untuk men-syiár-

⁷ Habib Nazir dan Hassanuddin, *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2008 : Hal. 71.

⁸ *Ibid*, Hal 33.

kan produk-produk pendanaan yang berlandaskan nilai-nilai syariah. Produk pendanaan tersebut pada akhirnya akan disalurkan kembali oleh pihak bank dalam bentuk pembiayaan yang disalurkan kepada sektor riil sehingga manajemen Bank Muamalat Indonesia memperoleh laba/keuntungan (*profit*).

Data Penelitian

Pada kenyataannya, fluktuasi perkembangan jumlah nasabah deposito sebagai indikasi dari peningkatan produk pendanaan di Bank Muamalat Indonesia khususnya Kantor Cabang Pembantu (KCP) Salman – ITB, tidak begitu signifikan. Hal ini dapat dilihat dari tabulasi jumlah pemegang rekening deposito pada Bank Muamalat KCP Salman ITB sebagai berikut :

Tabel. 3.1 Jumlah Rekening dan Nominal Deposito Bank Muamalat KCP Salman⁹

Tahun	Jumlah Rekening	Nominal Rupiah
2010	181	Rp. 15.987.007.500,00
2011	189	Rp. 16.254.678.000,00
2012	194	Rp. 16.719.551.000,00
2013	197	Rp. 17.178.551.000,00
2014	206	Rp. 17.594.551,000.00

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa perkembangan produk pendanaan dalam hal ini yang berupa produk deposito belum begitu menonjol dalam jumlah rekeningnya serta belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Jika dibandingkan dengan produk pembiayaan, pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman belum berimbang secara persentase perbandingan dengan penyaluran pembiayaannya. Hal ini bisa dilihat dari rata-rata FDR Bank Muamalat di atas 100%. Artinya, pembiayaan yang di salurkan melebihi nominal Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dimiliki Bank Muamalat.

Terkait mengenai pemasaran produk yang dilakukan funding officer Bank Muamalat, yaitu jajaran *Syariah Funding Executive* (SFE) dalam mempromosikan produk pendanaan khususnya deposito, para jajaran SFE di Bank Muamalat merasa telah maksimal dalam melakukan program pemasaran dengan strategi tersendiri.

Pengolahan Data Penelitian

Mengenai gambaran tingkat profitabilitas Bank Muamalat Indonesia, hal ini dapat dilihat dari tabel FDR (*Financing to Deposit Ratio*) dan CAR (yang dilansir melalui situs resmi Bank Indonesia) berikut ini :

Tabel 3.2 Perkembangan Financing to Deposit Ratio (FDR) Bank Muamalat Indonesia KCP Salman

BANK	TAHUN	PEMBIAYAAN		DPK + MODAL		FDR	
		JUMLAH	SELISIH	JUMLAH	SELISIH	JUMLAH	SELISIH
BANK MUAMALAT INDONESIA	2012	2373046		2835952		83.68%	
	2013	4182224	76,24%	4836767	70.55%	86.47%	3.33%
	2014	7033386	68,17%	6710154	38.73%	104.82%	21.22%

Sumber : www.bi.go.id/ (diakses tanggal 3 Mei 2015)

⁹ Data Bank Muamalat KCP Salman yang telah diolah.

Tabel 3.3 Perkembangan Capital Adequacy Ratio (CAR) Bank Muamalat Indonesia KCP Salman

BANK	TAHUN	MODAL		PEMBIAYAAN + SURAT BERTAGANG		CAR	
		JUMLAH	SELISIH	JUMLAH	SELISIH	JUMLAH	SELISIH
MUAMALAT	2012	327.076		2373046		13,78%	
	2003	506.203	54,77%	4183224	76,28%	12,10%	-12,20%
	2014	959.927	89,63%	7033386	68,13%	13,65%	12,79%

Sumber : www.bi.go.id/ (diakses tanggal 3 Mei 2015)

Dari keterangan tabel di atas, secara umum pembiayaan pada Bank Muamalat KCP Salman mengalami peningkatan. Hal tersebut ditunjukkan dengan rata-rata peningkatan pembiayaan sebesar 61,58%. Seperti halnya pembiayaan, dana pihak ketiga (DPK) Bank Muamalat KCP Salman juga pada umumnya mengalami peningkatan. Hal itu ditunjukkan dengan rata-rata pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) dan modal bank yang bersangkutan sebesar 38,45%.

Hasil Penelitian

Dari periode 2010 sampai 2014 selama ada program SFE, jumlah nasabah Funding cenderung mengalami peningkatan.

Tabel 3.4

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Rekening	DPK
2010	425	512	Rp 3.4 M
2011	610	682	Rp 3.5 M
2012	702	710	Rp 3.6 M
2013	781	790	Rp 3.8 M
2014	825	830	Rp 4.1 M

Hal ini membuktikan bahwa kinerja *Syariah Funding Executive* selama periode penelitian telah baik dan dapat meningkatkan jumlah nominal DPK di Muamalat KCP. Salman – ITB.

D. Kesimpulan

1. Kinerja *Syariah Funding Executive* dalam kegiatan pemasaran produk pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB secara umum telah menunjukkan kinerja yang cukup baik. Dari data primer yang telah diolah dapat dilihat bahwa nasabah menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh para sales funding officer di Bank Muamalat KCP Salman sudah baik. Dalam beberapa indikator, nasabah memberikan tanggapan yang kurang baik terhadap masalah

- kualitas kinerja para sales funding di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Salman namun dalam persentase yang sangat kecil.
2. Tingkat perkembangan jumlah rekening deposito sebagai indikasi peningkatan nasabah pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini terlihat dari jumlah rekening dan nominal DPK di Bank Muamalat KCP Salman meningkat selama periode 2011 sampai dengan 2014.
 3. Pengaruh kinerja *Syariah Funding Executive* dalam kegiatan pemasaran produk pendanaan terhadap peningkatan nasabah pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman – ITB terdapat pengaruh yang signifikan. kontribusi dari kinerja sales funding officer (*Syariah Funding Executive*) terhadap peningkatan jumlah nasabah pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman - ITB adalah 78.8%. hal ini menunjukkan tingkat pengaruh yang cukup baik. Kemudian sisanya sebesar 21.2% perubahan yang terjadi pada peningkatan jumlah nasabah pendanaan di Bank Muamalat KCP Salman - ITB oleh faktor lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Habib Nazir dan Hassanuddin, *Ensiklopedi Ekonomi dan Prbankan Syariah*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2008

www.bi.go.id/

<http://www.lppi.or.id/index.php/module/Blog/sub/1/id/bekal-pengetahuan-funding-officer-fo>

M. Napis Djuaeni, *Kamus Kontemporer Indonesia-Arab Istilah Politik-Ekonomi*, Mizan, Bandung, 2005

M. Syafii Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2001

Philip Kotler, *Marketing Management*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006