

SKRIPSI

**PERAN *SELLING SKILL* DALAM MENINGKATKAN
PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK
SYARIAH INDONESIA KANTOR
CABANG PEMBANTU BARRU**



OLEH

TUTIK RODHIANA

NIM: 18.2300.012

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**PERAN *SELLING SKILL* DALAM MENINGKATKAN
PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK
SYARIAH INDONESIA KANTOR
CABANG PEMBANTU BARRU**



OLEH

TUTIK RODHIANA

NIM: 18.2300.012

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Insitut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Peran *Selling Skill* dalam Meningkatkan
Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah
Indonesia Kantor Cabang Pembantu Barru.

Nama Mahasiswa : Tutik Rodhiana
Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.012
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor B.4313/In.39.8//PP.00.9/10/2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. (.....)
NIP : 19710208 200112 2 002

Pembimbing Pendamping : Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I. (.....)
NIP : 19781101 200912 1 003

Mengetahui :



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Peran *Selling Skill* dalam Meningkatkan
Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah
Indonesia Kantor Cabang Pembantu Barru.

Nama Mahasiswa : Tutik Rodhiana

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.012

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor B.4313/In.39.8/PP.00.9/10/2021

Tanggal Kelulusan : 13 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. (Ketua) (.....)

Dr. Andi Bahri, S. M.E., M.Fil.I. (Sekretaris) (.....)

Dr. Usman, M.Ag. (Anggota) (.....)

An Ras Try Astuti, M.E. (Anggota) (.....)

Mengetahui:


Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 197102082001122 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِمْ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Nur Khasanah dan Ayahanda Safingi dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku pembimbing utama dan Bapak Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I. selaku pembimbing pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. sebagai “Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Ketua program studi Bapak I Nyoman Budiono, M.M. yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
4. Bapak Dr. Zainal Said, M.H. selaku Penasehat Akademik khusus untuk penulis atas arahnya sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen program studi Perbankan Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengajari dan membagi ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan di IAIN Parepare.
7. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalankan studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Staf dan Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai berbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
9. Kepada Bapak Muhammad Hasrani Said selaku Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Barru yang telah memberikan izin, data serta informasi kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
10. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan yang senantiasa menemani dalam keadaan suka maupun duka yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua sahabat yang telah memberikan bantuan, arahan dan juga memotivasi

penulis dalam keadaan apapun serta selalu memberikan dukungan setiap saat baik dalam keadaan susah maupun senang.

11. Teman-teman mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, teman-teman seperjuangan KPM dan PPL, dan segenap kerabat yang tidak sempat disebutkan satu persatu yang telah memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 07 Februari 2023
16 Rajab 1444 H

Penulis



Tutik Rodhiana
NIM. 18.2300.012

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Tutik Rodhiana
NIM : 18.2300.012
Tempat/Tgl. Lahir : UPT. I Betao, 05 Januari 2001
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Peran *Selling Skill* dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Barru.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 07 Februari 2023

Penyusun,



Tutik Rodhiana
NIM18.2300.012

ABSTRAK

Tutik Rodhiana. *Peran Selling Skill dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Barru* (dibimbing oleh Ibu Muzdalifah Muhammadun dan Bapak Andi Bahri).

Selling skill merupakan pengetahuan dan penguasaan untuk melakukan tindakan tertentu sebagai pengetahuan prosedural maupun tindakan khusus yang mengacu pada keberhasilan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk *selling skill* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru, faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru dan untuk menganalisis peran *selling skill* dalam upaya meningkatkan pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek, adapun sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, adapun teknik pengolahan datanya yaitu koding, kategorisasi dan tabulasi. menggunakan analisis data kualitatif. Uji keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode dan triangulasi waktu. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk *selling skill* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru yaitu kemampuan komunikasi, kemampuan negosiasi, dan kemampuan presentasi. faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internalnya terdiri dari pelayanan, harga, dan promosi sedangkan faktor eksternalnya terdiri dari kepercayaan masyarakat, pendapatan masyarakat dan lokasi bank. Peran *selling skill* dalam meningkatkan pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru sudah terlaksana atau terealisasi dengan baik. Hal ini karena melalui *selling skill* yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia KCP Barru nasabahnya semakin meningkat.

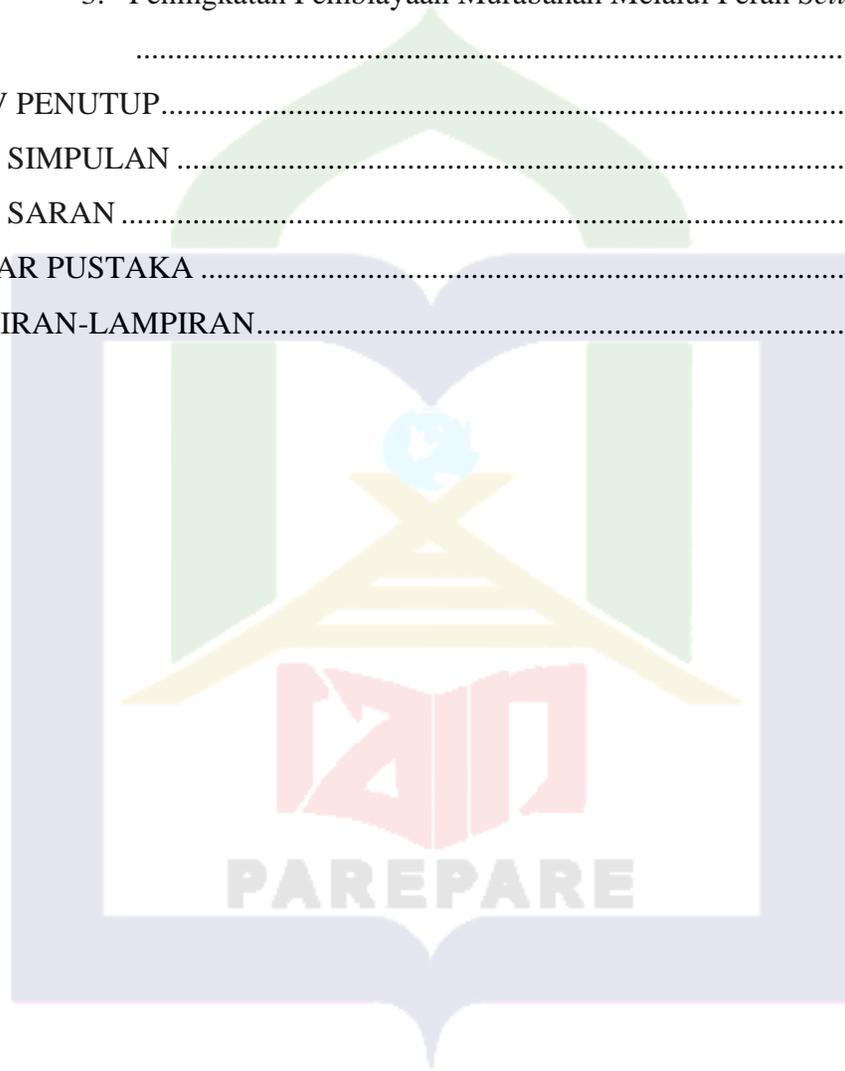
Kata kunci : *Selling Skill*, Murabahah, BSI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	7
B. Tinjauan Teori	9
1. Selling Skill.....	9
2. Pembiayaan Bank Syariah.....	13
3. Pembiayaan Murabahah	24
4. Bank Syariah	41
C. Tinjauan Konseptual	47
D. Bagan Kerangka Pikir	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	51

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
C. Fokus Penelitian.....	52
D. Jenis dan Data Sumber.....	52
1. Data Primer.....	53
2. Data Sekunder.....	53
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	53
1. Wawancara.....	54
2. Observasi.....	54
3. Dokumentasi.....	55
F. Uji Keabsahan Data.....	56
1. Triangulasi Sumber.....	57
2. Triangulasi Metode.....	57
3. Triangulasi Waktu.....	58
G. Teknik Analisis Data.....	58
1. Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	58
2. Penyajian data (<i>Data Display</i>).....	58
3. Verifikasi (<i>Conclusion Drawing</i>).....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Hasil Penelitian.....	60
1. Bentuk <i>Selling Skill</i> yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Baru.....	60
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Peningkatan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Baru.....	65
3. Peran <i>Selling Skill</i> dalam Upaya Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Baru.....	72
B. Pembahasan.....	77

1. Bentuk <i>Selling Skill</i> yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru.....	77
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Peningkatan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru.....	79
3. Peningkatan Pembiayaan Murabahah Melalui Peran <i>Selling Skill</i>	81
BAB V PENUTUP.....	83
A. SIMPULAN	83
B. SARAN	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
2.1	Praktik Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah	38



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Skema Pembiayaan Murabahah	39
2.2	Bagan Kerangka Pikir	50



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedoman Wawancara	89
2	SK Penetapan Pembimbing Skripsi	102
3	Berita Acara Revisi Judul	103
4	Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian	104
5	Rekomendasi Penelitian	105
6	Surat Selesai Meneliti	106
7	Surat Keterangan Wawancara	107
8	Dokumentasi Wawancara	114
9	Biodata Penulis	118

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ṣa</i>	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ḥa</i>	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Dhal</i>	Dh	De dan Ha
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	N	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye
ص	<i>Ṣad</i>	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ض	<i>Ḍad</i>	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	<i>Ṭa</i>	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	<i>Ẓa</i>	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	<i>‘Ain</i>	‘ —	Koma Terbalik Keatas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qof</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>MIm</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
ه	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	— ’	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (’)

b. Vokal

1). Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dammah</i>	U	U

2). Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	<i>Fathah dan Ya</i>	Ai	a dan i
وَـ	<i>Fathah dan Wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *hauila*

c. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَـ/آـ	<i>Fathah dan Alif atau Ya</i>	Ā	a dan garis diatas
إِـ	<i>Kasrah dan Ya</i>	Ī	i dan garis diatas
أُـ	<i>Dammah dan Wau</i>	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : *Māta*

رَمَى : *Ramā*

قِيلَ : *Qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1). *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- 2). *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditranliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Raudah al-jannah* atau *Raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fādilah* atau *Al-madīnatul fādilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعْمٌ : *Nu'ima*

عُدُوٌّ : *'Aduwwun*

Jika huruf *ي* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*يَ*), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *لا* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

g. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	:	<i>ta'muruna</i>
النَّوْءُ	:	<i>al-nau'</i>
سَيِّئٌ	:	<i>syai'un</i>
أَمْرٌ	:	<i>umirtu</i>

h. Kata arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi zilal al-Qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

i. *Lafz al-jalalah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

hum fi rahmatillah

j. Huruf kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, Misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi'a linnasi lalladhi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-ladhi unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abu* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu*)

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi *Abu Zaid, Nasr Hamid* (bukan: *Zaid, Nasr Hamid Abu*)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

Swt	=	<i>subhanahu wa ta 'ala</i>
Saw	=	<i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s	=	<i>'alaihi al-sallam</i>
H	=	Hijriah

M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

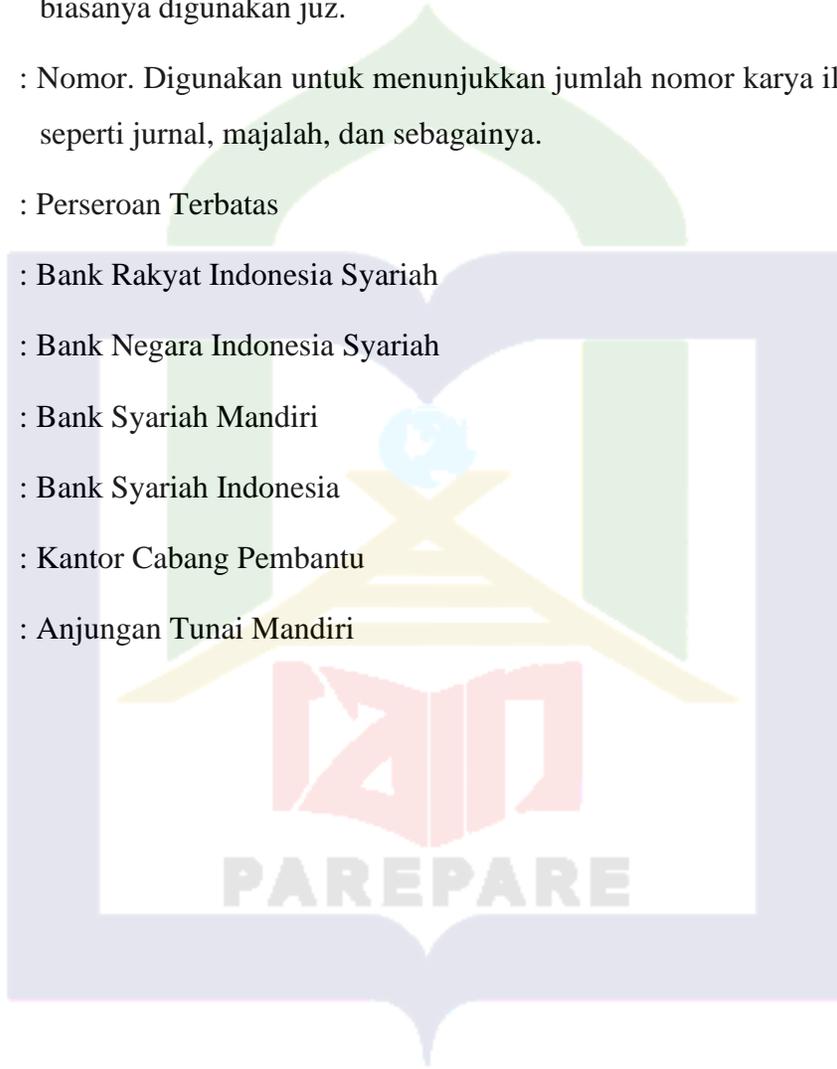
Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa indonesia kata "edotor" berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : "Dan lain-lain" atau "dan kawan-kawan" (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. ("dan kawan-kawan") yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
- No : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.
- PT : Perseroan Terbatas
- BRIS : Bank Rakyat Indonesia Syariah
- BNIS : Bank Negara Indonesia Syariah
- BSM : Bank Syariah Mandiri
- BSI : Bank Syariah Indonesia
- KCP : Kantor Cabang Pembantu
- ATM : Anjungan Tunai Mandiri



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang berpengaruh dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Perbankan sudah menjadi suatu lembaga yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat yakni untuk membantu atau mendorong kegiatan ekonomi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Sistem perbankan di Indonesia mempunyai dua sistem yaitu bank konvensional menggunakan sistem bunga dan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan syariat Islam.

Bank konvensional dan Bank Syariah pada prinsipnya mempunyai kesamaan yaitu lembaga keuangan yang bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Namun dalam operasionalnya Bank Konvensional menjalankannya dengan berpedoman bunga, sedangkan Bank Syariah tidak terpengaruh oleh tingkat *rate* bunga karena operasionalnya menggunakan prinsip bagi hasil yang bebas bunga.

Pada tahun 2021 tepatnya di bulan Februari. Bank Syariah Indonesia atau BSI resmi beroperasi dan juga menjadi salah satu Bank Syariah terbesar di Indonesia. Bank Syariah Indonesia merupakan bank hasil merger atau penggabungan dari 3 bank syariah yakni PT. Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT. Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM). Alasan dari merger atau penggabungan ini adalah sebagai upaya dan komitmen pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah dan juga secara jangka panjang akan mendorong Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah.

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentunya potensi industri keuangan syariah cukup menjanjikan di masa depan. Hal ini tentu saja bisa terjadi jika adanya sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah. Terjadinya peningkatan produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia yang signifikan membuat pemerintah mencermati hal ini sebagai momen penting dalam meningkatkan perekonomian syariah di Indonesia. Hal inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 bank syariah yakni PT. Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT. Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi intensitas baru yang diberi nama Bank Syariah Indonesia (BSI).¹

Selling Skills adalah kemampuan seseorang untuk menjual sesuatu barang atau jasa. Semua orang pasti ingin menjadi penjual yang sukses akan tetapi tidak semua penjual tahu bagaimana caranya. Untuk menjadi seorang penjual yang sukses ada beberapa hal yang harus dimiliki, yaitu: talent atau yang disebut dengan bakat.² Ilmu menjual adalah suatu ilmu yang digunakan dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu suatu seni untuk mempengaruhi orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut Kho Hwat Yoe, Ilmu menjual adalah suatu seni dalam dagang dan hidup untuk dapat mempengaruhi orang-orang supaya berfikir, merasakan, dan melakukan

¹Riza Dian Kurnia, Bank Syariah Indonesia:Sejarah Merger, Saham, hingga Tujuan, 2021, <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia> (10 Januari 2022)

²Syaeful Bahri, *Manajemen dan Entrepreneurship*, ke-1 (Serang:Puri Kartika Banjarsari, 2019), h. 21.

kehendak kita, sehingga mereka merasa mendapat keuntungan bila memiliki atau membeli barang yang kita tawarkan.³

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa menjual merupakan suatu seni untuk mempengaruhi orang lain agar dapat berfikir dan merasakan keuntungan yang didapat apabila membeli produk yang ditawarkan oleh penjual. Oleh karena itu sangat penting bagi tenaga penjual atau dalam istilah perbankan disebut sebagai *marketing* memahami tentang keterampilan menjual. Hal ini merupakan salah satu kehandalan yang penting bagi keberhasilan penjualan, dimana hal ini dapat menimbulkan minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Semakin banyak minat masyarakat terhadap sebuah produk maka keputusan masyarakat untuk menggunakan produk tersebut semakin meningkat.

Menjual memerlukan keterampilan agar orang yang tidak berminat menjadi berminat untuk membeli. Keterampilan menjual bisa saja berasal dari bakat yang sudah dibawa sejak lahir yang kemudian diasah melalui intuisi, pengetahuan, dan pengalaman.⁴ Begitu pula pada bidang perbankan yang memiliki banyak produk sehingga *marketing* harus memiliki keterampilan dalam menjual atau menawarkan produk-produknya agar diminati oleh masyarakat.

Tenaga penjualan mempunyai peranan penting untuk menjembatani hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Tenaga penjualan diharapkan mampu berkomunikasi dengan baik, mengenali dan menyampaikan nilai produk yang ditawarkan. Akan tetapi, menentukan harga jual dengan tepat terhadap

³Mardiyatmo, *Kewirausahaan* (Jakarta:Yudhistira, 2012), h. 80.

⁴Hendra Riofita, *Komunikasi Bisnis* (Pekan Baru:CV. Mutiara Pesisir Sumatera,2016), h. 95.

suatu produk/jasa juga termasuk sebagai salah satu faktor yang berperan sangat penting dalam suatu kegiatan usaha.

Bank Syariah Indonesia adalah bank di Indonesia yang bergerak di bidang perbankan syariah. Berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan. Bank juga memiliki tugas memasarkan produknya agar dapat dikenali oleh masyarakat dan berminat terhadap produk tersebut. Bank Syariah Indonesia KCP Barru harus menerapkan sistem *selling skill* agar tenaga penjual atau yang biasa disebut dengan marketing dapat dengan mudah menawarkan produk kepada masyarakat.

Bank Syariah Indonesia KCP Barru memiliki banyak produk, baik produk pembiayaan, produk penghimpunan dana dan produk jasa. Produk pembiayaan terdiri dari pembiayaan consumer (mitra guna, pensiun dan prapensiun), pembiayaan gadai emas, dan pembiayaan cicil emas. Produk penghimpunan dana terdiri dari tabungan, deposito. Produk jasa terdiri dari ATM, mobile banking. Namun dari hasil observasi awal, masyarakat kota barru lebih banyak yang mengenal bank konvensional dibandingkan Bank Syariah Indonesia. Oleh sebab itu masih banyak masyarakat yang belum paham tentang produk-produk yang ada di bank syariah sehingga nasabah yang menggunakan produk pembiayaan masih sangat minim. Untuk itulah Bank Syariah Indonesia mempunyai tantangan dalam peran *Selling Skill* untuk meningkatkan produk-produknya khususnya pembiayaan murabahah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini untuk memahami secara mendalam peran *selling skill* dalam meningkatkan pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Barru.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk *selling skill* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru dalam meningkatkan pembiayaan murabahah?
2. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru ?
3. Bagaimana peran *selling skill* dalam upaya meningkatkan pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bentuk *selling skill* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru dalam meningkatkan pembiayaan murabahah.
2. Untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru.
3. Untuk menganalisis peran *selling skill* dalam upaya meningkatkan pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru.

D. Kegunaan penelitian

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi terkait dengan peran *selling skill* dalam meningkatkan pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru. Selain itu, diharapkan

dapat menjadi bahan referensi bagi pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis dengan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dan masukan.

2. Secara praktis

a. Bagi Peneliti

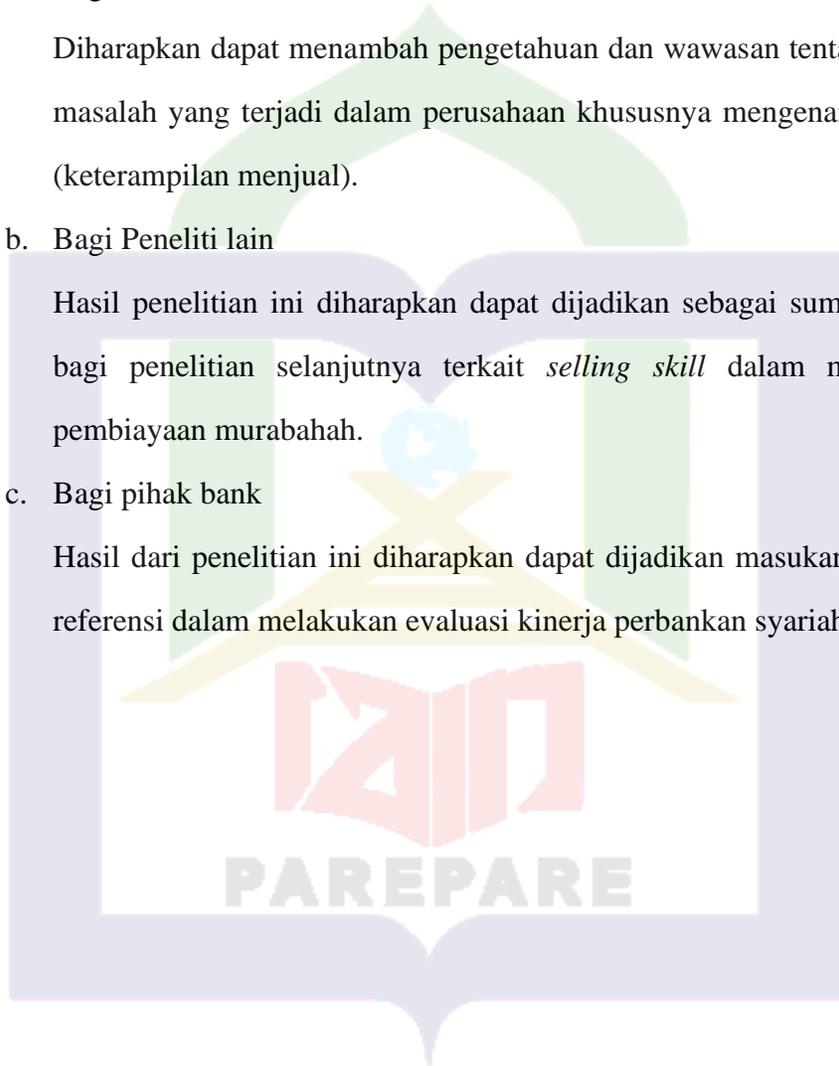
Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang masalah-masalah yang terjadi dalam perusahaan khususnya mengenai *selling skill* (keterampilan menjual).

b. Bagi Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian selanjutnya terkait *selling skill* dalam meningkatkan pembiayaan murabahah.

c. Bagi pihak bank

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan serta bahan referensi dalam melakukan evaluasi kinerja perbankan syariah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ifnudin pada tahun 2021 dengan judul “Analisis Variasi Produk dan *Selling Skill* Terhadap Keputusan Pembelian Bingkai Foto pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply Pekanbaru secara simultan dipengaruhi oleh variasi produk dan *selling skill*. Dengan besar pengaruh yang diberikan dari variasi produk dan *selling skill* yaitu sebesar 67,6% mempengaruhi keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply Pekanbaru. Variasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply pekanbaru. *Selling skill* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada toko terminal foto supply pekanbaru.⁵

Perbedaan dengan penelitian saya adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ifnudin dalam meningkatkan penjualan bingkai foto pada toko terminal foto supply pekanbaru dipengaruhi oleh variasi produk dan *Selling Skill* sedangkan hasil dari penelitian saya menunjukkan bahwa ada tiga indikator yang sangat berperan penting dalam meningkatkan jumlah pembiayaan murabahah

⁵ Muhammad Ifnudin, “Analisis Variasi Produk Dan *Selling Skill* Terhadap Keputusan Pembelian Bingkai Foto Pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru” (Skripsi Sarjana: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2021), h. 75.

pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru yaitu penampilan fisik, sifat-sifat individu, dan kemampuan presentasi.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Febrian Tristanto Widyatama Pamungkas pada tahun 2016 dengan judul “*Selling Skills* dan *Selling Process* pada Tenaga Penjual/Agen Produk Tupperware di Salatiga”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapat responden mengenai *Selling skill* dan *selling process* pada produk Tupperware di kota salatiga adalah setuju. Hal ini berarti bahwa semakin baik kemampuan yang dimiliki oleh sales produk tupperware, akan meningkatkan minat beli ulang konsumen. Oleh sebab itu tenaga penjual dituntut untuk memiliki kemampuan dalam menjual produk (*selling skill*) sehingga produk-produk yang dijualnya tidak saja mendorong pembelian oleh konsumen tetapi juga mendorong minat beli ulang konsumen.⁶

Perbedaan dengan penelitian saya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Febrian Tristanto Widyatama Pamungkas menunjukkan bahwa *selling skill* dan *selling process* yang dimiliki oleh tenaga sales dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen. Sedangkan pada penelitian saya menunjukkan bahwa bentuk *Selling Skills* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru sangat berpengaruh dalam meningkatkan jumlah pembiayaan Murabahah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bayuaji Darus Setiobudi pada tahun 2007 dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Selling Skill* Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Kasus pada PT. Asuransi Sinar Mas)” menunjukkan bahwa ada empat proses dasar

⁶Febrian Tristanto Widyatama Pamungkas, “*Selling Skills* dan *Selling Process* pada Tenaga Penjual/Agen Produk Tupperware di Salatiga” (Skripsi Sarjana:Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, 2016), h. 19.

untuk meningkatkan kinerja tenaga penjualan pada PT. Asuransi Sinar Mas, yaitu: Pertama, melalui pembelajaran atau pelatihan *presentation skill*. Kedua, melalui peningkatan kemampuan bertanya tenaga penjual. Ketiga, melalui peningkatan kemampuan adaptasi tenaga penjualan yang akan berkaitan pula pada meningkatnya keterampilan menjual yang dimiliki. Keempat, melalui peningkatan pengetahuan teknis yang dimiliki tenaga penjual.⁷

Adapun perbedaan dari hasil penelitian saya yaitu hasil penelitian yang dilakukan oleh Bayuaji Darus Setiobudi menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *selling skill* terhadap kinerja tenaga penjualan adalah melalui pembelajaran dan pelatihan *presentation skill*, melalui peningkatan kemampuan bertanya, melalui peningkatan kemampuan adaptasi, dan melalui peningkatan pengetahuan teknis. Sedangkan hasil penelitian saya yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Baru dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internalnya terdiri dari pelayanan, harga, dan promosi. Sedangkan faktor eksternalnya terdiri dari kepercayaan masyarakat, pendapatan masyarakat, lokasi bank.

B. Tinjauan Teori

1. *Selling Skill* (Keterampilan Menjual)

Menurut Syaeful Bahri, *selling skill* adalah kemampuan seseorang untuk menjual sesuatu barang atau jasa. Semua orang pasti ingin menjadi penjual yang

⁷ Bayuaji Darus Setiobudi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Selling Skill* Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Sinar Mas)” Skripsi Sarjana: Universitas Diponegoro Semarang, 2007), h. 104.

sukses akan tetapi tidak semua penjual tahu bagaimana caranya. Untuk menjadi seorang penjual yang sukses ada beberapa hal yang harus dimiliki, yaitu: talent atau yang disebut dengan bakat.⁸ Sedangkan menurut Maharani Vinci *selling skill* merupakan pengetahuan dan penguasaan untuk melakukan tindakan tertentu sebagai pengetahuan prosedural maupun tindakan khusus yang mengacu pada keberhasilan penjualan.⁹

*Selling skill is the belief in the existence of special knowledge owned by the salesperson that supports the relationship business.*¹⁰(Selling skill merupakan keyakinan akan adanya pengetahuan khusus yang dimiliki oleh tenaga penjualan tersebut yang mendukung hubungan bisnis).

Menjual merupakan suatu disiplin ilmu dan sekaligus seni untuk mempengaruhi orang lain. Menjual dilakukan oleh petugas penjualan, agar yang bersangkutan bersedia membeli produk yang ditawarkan. Dalam melakukan penjualan ini, sipenjual dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian mempengaruhi orang lain.¹¹

Berdasarkan definisi tersebut, *selling skill* yang digunakan dalam penelitian ini adalah definisi menurut Maharani Vinci, karena dalam definisi ini mengandung beberapa unsur dalam *selling skill* yaitu pengetahuan dan penguasaan untuk melakukan tindakan tertentu sebagai pengetahuan prosedural

⁸Syaeful Bahri, *Manajemen dan Entrepreneurship*, h. 21.

⁹Maharani Vinci, *Manajemen Bisnis*, Cetakan Pertama (Bandung:Sinar Baru Algensindo, 2009), h. 120.

¹⁰Annie H. Liu and Mark P. Leach, "Developing Loyal Customers With a Value-adding Salesforce:Examining Customer Satisfaction and The Perceived Credibility of Consultatifve Salespeople," *Journal of Personal Selling & Sales Management*", Vol. XXI (Spring 2001, pages 147-156).

¹¹Gouzali Sayoam, *Panduan Lengkap Pengantar Bisnis* (Bandung:Alfabeta, 2006), h. 261.

maupun tindakan khusus yang mengacu pada keberhasilan penjualan. Maharani Vinci juga menyatakan karakteristik dari *selling skill* sebagai berikut:

a. Penampilan fisik (*Personal Attribute*)

Penampilan fisik yang baik merupakan hal yang penting untuk mencapai keberhasilan penjualan biasanya dapat dilihat dari: cara berpakaian yang rapi dan bersih, sepatu yang bersih dan mengkilat, potongan rambut yang rapi, nafas dan bau badan yang segar serta senyum. Tenaga penjual juga harus memiliki sifat-sifat: dapat bersosialisasi dengan baik, memiliki sifat/rasa ingin tahu yang tinggi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, memiliki daya khayal dan kreatifitas yang tinggi, memiliki semangat dan ketulusan hati yang tinggi, serta dapat dipercaya.

b. Sifat-sifat individu (*Individual Traits*)

Seseorang tenaga penjual harus memiliki sifat-sifat sebagai berikut: keahlian (*expertise*), tenaga penjual harus memiliki keahlian dalam menawarkan dan menangani produk yang akan di jual. Kredibilitas (*credibility*), tenaga penjual harus dapat di percaya dan melakukan proses transaksi yang jujur dengan konsumen. Sikap (*attitude*), sikap yang positif dari tenaga penjual yaitu sikap percaya diri yang tinggi serta tidak arogan. Mendengar (*listening*), keahlian mendengarkan kebutuhan konsumen. Kemampuan beradaptasi (*adaptability*), tenaga penjual yang baik harus dapat beradaptasi dengan berbagai macam tipe konsumen.

c. Kemampuan Presentasi (*Presentation Skills*)

Beberapa elemen yang perlu dimiliki sehubungan dengan kemampuan presentasi diantaranya: *message strategy* (tenaga penjual dapat

mempresentasikan produk kepada konsumen dengan dua cara yaitu hanya menjelaskan kekuatan dan kegunaan produk atau dengan memberikan gambaran tentang kekurangan dan kelebihan produk secara proporsional), *message positioning* (tenaga penjual harus menempatkan poin-poin penting dari produk pada saat memulai proses transaksi dan pada akhir transaksi, *message appeals* (tenaga penjual yang baik harus dapat mengenali emosi konsumen untuk mendapatkan keuntungan yang baik dari konsumen), *customer conclusion* (tenaga penjual harus membantu konsumen untuk cepat memutuskan dan mengatakan kepadanya mengapa dia harus membeli produk tersebut, *customer participation* (memberi kesempatan kepada konsumen untuk menyentuh, mencium, dan mendengarkan fitur dari produk yang di tawarkan).¹²

Charles Atkinson Kirkpattick, mengatakan bahwa seorang penjual disebut profesional bila:

1. Memuaskan dalam menjual.
2. Bangga dengan pekerjaan menjual.
3. Memiliki etika dalam menjual.
4. Terampil dalam menjual.
5. Senang belajar sehingga tidak tertinggal dalam pengetahuan.
6. Sangat paham bila pekerjaan menjual itu adalah melayani.¹³

Kemauan belajar merupakan cikal bakal seorang wirausahawan jika ingin sukses dan mempunyai kemampuan menjual produk yang handal. Seorang

¹²Maharani Vinci, *Manajemen Bisnis*, h.121.

¹³Hendra Riovita, *Komunikasi Bisnis* (Pekan Baru:CV. Mutiara Pesisir Sumatera, 2016), h. 90.

wirausahawan juga seorang salesmen, karena banyak wirausahawan yang sukses memulai usahanya dari skala kecil dan diawali dari menjadi seorang penjual yang terus berkembang dengan mendirikan usaha. Walaupun banyak wirausahawan yang memulai usaha dengan modal dana yang cukup besar tetapi dalam organisasinya tetap dibutuhkan tenaga penjual yang handal. Untuk itu, seni menjual (*Selling Skill*) layak dikatakan sebagai dasar dari kemampuan dan keterampilan kewirausahaan. Kegiatan menjual (*Selling*) adalah salah satu misi dan tujuan dan aktivitas jangka pendek dari strategi pemasaran.¹⁴

2. Pembiayaan Bank Syariah

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada penggunaan dana.¹⁵

Pembiayaan digunakan untuk membiayai kebutuhan-kebutuhan investasi bagi bank tersebut dalam bentuk pembelian harta tetap seperti pembelian tanah, bangunan, mesin-mesin, kendaraan atau peralatan lainnya, semua itu ditunjukkan untuk menunjang kelancaran operasional Bank tersebut. Dewasa ini selain istilah kredit yang digunakan oleh bank konvensional juga digunakan istilah pembiayaan oleh bank berdasarkan prinsip syari'ah, pada dasarnya konsep kredit pada bank konvensional dan pembiayaan pada bank syari'ah tidak terlalu

¹⁴Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta:Erlangga, 2011), h. 404.

¹⁵Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta:Prenadamedia Group, 2011), h. 105.

berbeda, yang menjadikan perbedaan antara kredit pada bank konvensional dan pembiayaan syaria'ah pada bank syaria'ah terletak pada keuntungan yang diharapkan, bagi bank konvensional yang diharapkan melalui bunga, sedangkan bagi bank syaria'ah melalui imbalan atau bagi hasil.¹⁶

Dalam UUD RI No 10 tahun 1998 tentang perbankan bab 1 butir 12 dijelaskan definisi pembiayaan pada bank syaria'ah yaitu: "pembiayaan berdasarkan pada prinsip syaria'ah adalah pembiayaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan dengan persetujuan kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil."¹⁷

Penyaluran dana pada bank syariah disebut dengan pembiayaan. Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah terbagi menjadi beberapa prinsip yaitu berdasarkan prinsip jual beli, bagi hasil dan sewa. Pembiayaan pada bank syariah sangat penting karena kegiatan pembiayaan ini merupakan salah satu sarana untuk memperoleh keuntungan juga untuk menjaga keamanan dana nasabah.

Pembiayaan menurut Kasmir adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.¹⁸ Sedangkan Dahlan Siamat menjelaskan bahwa dalam penyaluran dana

¹⁶Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung:Pustaka Setia, 2013), h. 216.

¹⁷Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan (Jakarta:Menteri Sekretaris Negara Republik Indonesia, 1998).

¹⁸Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2004). h. 60.

bank syariah harus berpedoman pada prinsip kehati-hatian. Sehubungan dengan hal itu bank diwajibkan untuk meneliti secara seksama calon nasabah penerima dana berdasarkan azas pembiayaan yang sehat agar pendapatan yang diterima dapat optimal.¹⁹

b. Prinsip-Prinsip Pembiayaan

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi menjadi empat katagori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya,yaitu:

1. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (Murabahah dan musyarakah)
2. Pembiayaan dengan prinsip jual beli (murabahah, salam dan istisna)
3. Pembiayaan dengan prinsip sewa (ijarah dan ijarah muntahiya bittamlik)
4. Pembiayaan atas dasar qardh (pijam meminjam)²⁰

Ada beberapa prinsip yang digunakan dalam melakukan analisis pembiayaan yang dapat dilakukan oleh lembaga keuangan. Menurut, Kasmir prinsip pemberian pembiayaan itu meliputi prinsip analisis 5C dan analisis 7P serta menggunakan studi kelayakan usaha. Prinsip-prinsip tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:²¹

1. Karakter (*Character*)

¹⁹ Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan.*, ke-4 (Jakarta:Fakultas Ekonomi Universitas Indoneia, 2004), h. 192.

²⁰Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, ke-19 (Jakata:Gema Insani, 2012), h. 40.

²¹kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*.h. 76

Merupakan sifat atau watak seseorang atau calon debitur. Tujuannya untuk memberikan keyakinan kepada lembaga keuangan bahwa sifat dan watak dari orang yang akan diberi pembiayaan benar-benar dapat dipercaya. Hal ini dapat dilihat dari latar belakang pekerjaan maupun pribadi dari calon nasabah.

2. Kapasitas (*Capacity*)

Merupakan analisis untuk mengetahui calon nasabah dengan kemampuannya membayar pembiayaan atau mengelola usaha dan kemampuannya mencari laba.

3. Modal (*Capital*)

Adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki nasabah terhadap usaha yang dibiayai oleh lembaga keuangan.

4. Jaminan (*Collateral*)

Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Nilai jaminan hendaknya melebihi nilai pembiayaan yang diberikan, maka jaminan yang dititipkan dapat mengendalikan resiko pembiayaan bermasalah.

5. Kondisi (*Condition*)

Dalam memberikan pembiayaan hendaknya mempertimbangkan kondisi ekonomi dan politik yang ada dan prediksi untuk dimasa yang akan datang sesuai sector masing-masing.

6. Kepribadian (*Personality*)

Yaitu menilai nasabah dari segi kepribadiannya atau tingkah lakunya, yang meliputi sikap, emosi, tingkah lakuserta tindakan nasabah dalam menghadapi masalah dan penyelesaiannya.

7. Tujuan (*Purpose*)

Untuk mengetahui tujuan nasabah dalam mengambil pembiayaan termasuk jenis pembiayaan yang diinginkan nasabah, apakah untuk produktif atau konsumtif.

8. Berpesta (*Party*)

Mengklasifikasikan nasabah dalam klasifikasi tertentu atau golongan tertentu berdasarkan modal, loyalitas serta karakternya.

9. Prospek (*Prospect*)

Yaitu menilai usaha nasabah di masa yang akan datang apakah menguntungkan atau tidak. Hal ini sangat penting sebagai acuan dalam pemberian pembiayaan mengingat jika suatu fasilitas pembiayaan diberikan tanpa adanya suatu prospek yang baik maka bisa mengakibatkan kerugian bagi pihak bank.

10. Pembayaran (*Payment*)

Merupakan ukuran bagaimana cara nasabah mengembalikan pembiayaan yang telah diambil atau sumber dari mana saja dana untuk pengembalian pembiayaan diperolehnya.

11. Profitabilitas (*Profitability*)

Sebagai analisa bagaimana nasabah dalam mencari laba. Analisis ini diukur dari periode ke periode apakah akan tetap sama atau mengalami peningkatan disetiap waktunya.

12. Perlindungan (*Protection*)

Tujuannya adalah bagaimana pembiayaan yang disalurkan oleh Lembaga keuangan melalui perlindungan berupa jaminan barang atau jasa. Sebelum fasilitas pembiayaan diberikan maka lembaga keuangan harus merasa yakin bahwa pembiayaan yang dibeikan benar-benar akan kembali. Keyakinan tersebut dapat diperoleh dari hasil penilaian pembiayaan dengan prinsip analisis untuk mendapatkan keyakinan tentang nasabah dan usaha yang akan dibiayai.

c. Tujuan dan Manfaat Pembiayaan

Adapun tujuan dan manfaat dari pembiayaan-pembiayaan yang telah disebutkan diatas bagi bank dan nasabah adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi bank
 - a) Sebagai salah satu bentuk penyaluran dana.
 - b) Memperoleh pendapatan dalam bentuk bagi hasil sesuai pendapatan usaha yang dikelola (baik oleh nasabah maupun yang dikelola bersama), (akad Murabahah dan musyarakah).
 - c) Memperoleh pendapatan dalam bentuk margin (akad murabahah).
 - d) Memperoleh peluang untuk mendapatkan keuntungan apabila harga pasar barang pesanan nasabah lebih tinggi dari pada jumlah pembiayaan dan memperoleh pendapatan dalam bentuk margin atas transaksi pembayaran barang ketika diserahkan kepada nasabah akhir (akad istishna dan salam).
 - e) Memperoleh pendapatan dalam bentuk fee/ujroh (akad ijarah, multijasa, wakalah, dan kafalah).

- f) Peluang bank untuk mendapatkan fee dari jasa lain yang disertai dengan pemberian fasilitas qardh (akad qardh).

2) Bagi Nasabah

- a) Memenuhi kebutuhan modal usaha melalui sistem kemitraan dengan baik, (akad Murabahah dan musyarakah).
- b) Merupakan salah satu alternatif untuk memperoleh barang tertentu melalui pembiayaan dari bank yang dapat diangsur pembayaran dengan jumlah angsuran yang tidak dapat berubah selama masa perjanjian (akad murabahah).
- c) Memperoleh dana dimuka sebagai modal kerja untuk memproduksi suatu barang (akad salam).
- d) Memperoleh barang yang dibutuhkan sesuai dengan spesifikasi tertentu (akad istishna).
- e) Memperoleh hak manfaat atas barang yang dibutuhkan dan merupakan sumber pembiayaan dan layanan perbankan syariah untuk memperoleh hak manfaat atas barang atau memperoleh peluang untuk mendapatkan hak penguasaan barang (akad ijarah dan ijarah mutahiya bittamlik).
- f) Sebagai sumber pinjaman yang bersifat non-komersial bagi nasabah yang membutuhkan dana talang antara lain terkait dengan garansi dan pengambilalihan kewajiban (akad qardh).
- g) Memperoleh pemenuhan jasa-jasa tertentu seperti pendidikan dan kesehatan dan jasa lainnya yang dibenarkan oleh ketentuan syariah, (pembiayaan multijasa).

- h) Akseptasi yang mendukung aktifitasnya dalam perdagangan internasional, (akad wakalah dan *letter of credit*).
- i) Meningkatkan kelayakan ataupun creditworthiness sehingga mudah diterima sebagai rekanan usaha, (akad kafalah melalui produk garansi bank).²²

d. Unsur-unsur Pembiayaan

1) Kepercayaan

Suatu keyakinan pemberi pinjaman (bank) bahwa pembiayaan yang diberikan berupa uang, barang ataupun jasa, akan benar-benar diterima kembali dimana akan ditentukan dimasa yang akan datang. Kepercayaan ini diberikan oleh bank, karena sebelum dan dikururkan, sudah dilakukan penelitian atau penyelidikan yang mendalam tentang nasabah. Hal itu dilakukan demi keamanan dan kemampuan dalam membayar biaya yang dilakukan.

2) Kesepakatan

Hal ini dilakukan dalam suatu perjanjian, dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajiban masing-masing kesepakatan penyaluran pembiayaan yang dituangkan dalam akad pembiayaan.

3) Jangka waktu

Setiap pinjaman yang dilakukan memiliki jangka waktu yang ditentukan. Hal ini mencakup masa pengembalian pembiayaan yang telah disepakati.

²²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, h. 51–63.

4) Resiko

Resiko ini menjadi tanggungan bank, baik resiko yang disengaja ataupun tidak sengaja. Resiko yang disengaja yaitu resiko yang diakibatkan oleh nasabah sengaja tidak mau membayar padahal mampu membayar. Sedangkan resiko yang tidak disengaja yaitu resiko yang diakibatkan karena nasabah tertimpa musibah seperti bencana alam yang tidak dapat dihindari oleh nasabah.

5) Balas jasa

Dalam bank konvensional yang dimaksud balas jasa dalam bentuk bunga, biaya profesi dan komisi serta biaya administrasi yang merupakan keuntungan bank. Sedangkan dalam syariah balas jasanya dalam bentuk bagi hasil.²³

e. Fungsi Pembiayaan

Secara umum pembiayaan memiliki fungsi sebagai berikut.²⁴

1) Meningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas. Para pengusaha juga menikmati pembiayaan dari bank untuk memperluas/memperbesar usahanya baik untuk peningkatan produksi, perdagangan, maupun untuk usaha-usaha rehabilitasi ataupun memulai usaha baru. Secara mendasar melalui pembiayaan terdapat suatu

²³kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*.h. 80

²⁴Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 21–23.

usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Dengan demikian dana yang mengendap di bank (yang diperoleh dari para penyimpan uang) tidaklah hanya diam akan tetapi disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat, baik kemanfaatan bagi pengusaha maupun kemanfaatan bagi masyarakat.

2) Meningkatkan daya guna barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga utility dari bahan tersebut meningkat. Atau produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat. Seluruh barang-barang yang di pindahkan/dikirim dari suatu daerah ke daerah lain yang kemanfaatan barang itu lebih terasa, pada dasarnya meningkatkan utility barang itu. Pindahan barang-barang tersebut tidaklah dapat diatasi oleh keuangan para distributor saja dan oleh karenanya mereka memerlukan bantuan permodalan dari bank berupa pembiayaan.

3) Meningkatkan peredaran uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya. Seperti cek, bilyet, giro, wesel, promes dan sebagainya. Melalui pembiayaan peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang oleh karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah, baik secara kualitatif dan secara kuantitatif.

4) Menimbulkan kegairahan berusaha

Setiap manusia adalah makhluk yang selalu melakukan kegiatan ekonomi yaitu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Kegiatan usaha sesuai dengan dinamikanya akan selalu meningkat, akan tetapi peningkatan usaha tidaklah selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuannya yang berhubungan dengan manusia yang mempunyai kemampuan. Karena itula maka pengusaha akan selalu berhubungan dengan bank untuk memperoleh bantuan permodalan guna peningkatan usahanya. Bantuan pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank inilah kemudian digunakan untuk memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

5) Stabilitas ekonomi

Dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilisasi pada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha antara lain:

- a) Pengendalian inflasi
- b) Peningkatan ekspor
- c) Rehabilitasi prasarana
- d) Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok rakyat untuk menekan arus inflasi dan terlebih-lebih lagi untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan bank memegang peranan yang penting.

6) Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional

Para usahawan yang memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit. Bila keuntungan ini secara kumulatif dikembangkan lagi dalam arti

kata dikembalikan lagi kedalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus menerus. Dengan earnings (pendapatan) yang terus meningkat berarti pajak perusahaan pun akan bertambah. Dilain pihak pembiayaan yang disalurkan untuk merangsang pertumbuhan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertumbuhan devisa Negara. Sehingga langsung atau tidak langsung, melalui pembiayaan, pendapatan nasional akan bertambah.

3. Pembiayaan Murabahah

a. Pengertian Murabahah

Secara etimologi murabahah berasal dari kata Rabh, yang berarti perolehan, keuntungan, atau tambahan. Muhammad Ayub mendefinisikan dalam murabahah penjualan harus menungkapkan biaya dan kontrak (akad) terjadi dengan margin keuntungan yang disetujui.²⁵ Jual beli murabahah secara terminologis adalah pembiayaan saling menguntungkan yang dilakukan oleh shahib al-mal dengan pihak yang membutuhkan melalui transaksi jual beli dengan penjelasan bahwa harga pengadaan barang dan harga jual terdapat nilai lebih yang merupakan keuntungan atau laba bagi shahib a-mal dengan pengembaliannya dilakukan secara tunai atau angsuran.²⁶

Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam murabahah penjual harus memberi tahu harga pokok yang ia beli dan menentukan tingkat

²⁵Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance A-Z Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 337.

²⁶Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 136.

keuntungan sebagai tambahannya.²⁷ Murabahah diartikan sebagai suatu perjanjian antara bank dengan nasabah dalam bentuk pembiayaan pembelian atas sesuatu barang yang dibutuhkan oleh nasabah. Objeknya bisa berupa barang modal seperti mesin-mesin industry, maupun barang untuk kebutuhan sehari-hari seperti sepeda motor.²⁸

Pembiayaan murabahah adalah penyediaan dana atau tagihan oleh bank syariah untuk transaksi jual beli barang sebesar harga pokok ditambah margin/keuntungan berdasarkan kesepakatan dengan nasabah yang harus membayar sesuai dengan akad.²⁹

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pembiayaan murabahah adalah fasilitas penyediaan dana atau pendanaan dari pihak yang berkelebihan dana kepada pihak yang mengalami devisa dana dalam memenuhi kebutuhan dengan sistem jual beli murabahah dimana pihak penjual memberi tahu harga perolehan barang dan keuntungan yang diinginkan.

b. Landasan Hukum Pembiayaan Murabahah

1) Al-Qur'an

Q.S. Al-Baqarah/2: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَتَغَيَّرُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ

²⁷Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, cet. Ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), h. 01.

²⁸Khotibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 103.

²⁹Buhranudin Susanto, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: UII PRESS, 2008), h. 290.

مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَمُرْهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأَلَيْكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya :

Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapapun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal didalamnya.”³⁰

Ayat ini menunjukkan bolehnya melakukan transaksi jual beli dan salah satu bentuk transaksi jual beli yaitu pembiayaan murabahah. Transaksi jual beli menurut ayat ini hukumnya halal, hal ini dikarenakan di dalam transaksi jual beli terdapat suatu syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pihak yang akan melakukan transaksi jual beli selain itu dalam transaksi jual beli ada suatu proses untuk mendapatkan atau mengolah barang yang diperjual belikan.

2) Hadis

عَنْ سُهَيْبِ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : ثَلَاثٌ فِيهِنَّ
الْبُرْكَاتُ: النَّبِيُّ إِلَى أَجْلِ وَالْمُقَارَضَةُ وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه
ابن ماجه)

Artinya: “Dari Suhaib ar-Rumi ra. Bahwa Rasulullah SAW. Bersabda”Tiga hal yang ada di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah) dan mencampur gandum tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah)

³⁰Kementerian Agama RI, Qur'an dan Terjemahnya (Jakarta:Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019), h. 47

3) Ijma'

Ulama telah sepakat bahwa jual beli (murabahah) diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.³¹

4) Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN)

Dewan Syariah Nasional menetapkan aturan tentang murabahah sebagaimana tercantum dalam fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000 pertanggal 1 April 2000 sebagai berikut:³²

a) Ketentuan umum murabahah dalam bank syariah

- (1) Bank dan nasabah harus melakukan akad murabahah yang bebas dari riba.
- (2) Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syariat Islam.
- (3) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- (4) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
- (5) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara hutang.

³¹Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 75.

³²Bambang Rianto Rustam, *Perbankan Syariah (Akuntansi Pendanaan dan Pembiayaan)*, (Pekanbaru: Mumtaz Cendikia Adhitama, 2008), h. 49.

- (6) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam hal ini bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah barikut biaya yang diperlukan.
 - (7) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
 - (8) Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
 - (9) Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip menjadi milik bank.
- b) Ketentuan murabahah kepada nasabah
- (1) Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atas asset kepada bank.
 - (2) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu asset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
 - (3) Bank kemudian menawarkan asset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli)-nya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati karena secara hukum, perjanjian tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.

- (4) Dalam jual beli ini, bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
 - (5) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
 - (6) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, maka bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
 - (7) Jika uang muka memakai kontrak urbun sebagai alternative dari uang muka, maka:
 - (a) Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.
 - (b) Jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank, maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.
- c) Utang dalam Murabahah
- (1) Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.

- (2) Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.
- (3) Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.
- d) Penundaan Pembayaran dalam Murabahah
- (1) Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian utangnya.
- (2) Jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka penyelesaiannya dilakukan melalui badan arbitrase syariah, setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
- c. Rukun dan Syarat Murabahah
- 1) Rukun Murabahah
- Murabahah merupakan salah satu bagian dari transaksi jual beli, maka rukun murabahah sama dengan rukun jual beli secara umum, yaitu:³³
- a) Penjual
 - b) Pembeli
 - c) Shighat
 - d) Ma'qud 'alaih (objek akad)

³³Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, cet. Ke-2 (Jakarta:Amzah, 2013), h. 180.

Akad bai' al-murabahah akan dikatakan sah jika mengetahui harga pokok (harga beli), disyaratkan bahwa harga beli harus diketahui oleh pembeli kedua, karena hal itu merupakan syarat mutlak bagi keabsahan bai' murabahah. Penjual kedua harus men-disclose harga.³⁴

2) Syarat-syarat murabahah

Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam transaksi murabahah adalah sebagai berikut:³⁵

- a) Mengetahui harga pertama (harga pembelian).
- b) Mengetahui jumlah keuntungan yang diminta penjual.
- c) Modal yang dikeluarkan hendaknya berupa barang mitsliyat (barang yang memiliki varian serupa).
- d) Jual beli murabahah pada barang-barang ribawi hendaknya tidak menyebabkan terjadinya riba nasiyah terhadap harga pertama.
- e) Transaksi yang pertama hendaknya sah.

d. Jenis-jenis Pembiayaan Murabahah

Pada pelaksanaannya pembiayaan murabahah pada bank atau lembaga keuangan syariah, terdapat dua jenis pembiayaan murabahah, yaitu:³⁶

³⁴Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, cet. Ke-2 (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2010), h. 108.

³⁵Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, cet. Ke-1 (Jakarta:Gema Insani, 2011), h. 358.

1) Pembiayaan murabahah produktif

Pembiayaan murabahah pada jenis ini bertujuan dalam rangka memperlancar kegiatan produksi, mencakup antara lain pembiayaan untuk pembelian bahan baku dan alat-alat produksi.

2) Pembiayaan murabahah konsumtif

Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

e. Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah

1) Faktor internal

Nugroho J. Setiadi menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah adalah sebagai berikut:³⁷

a) Produk

Berdasarkan produk yang tersedia, maka keuntungan apa yang diharapkan nasabah dari produk yang ditawarkan kepada masyarakat yang tersedia pada lembaga keuangan tersebut.

b) Promosi

Promosi yang bagaimana yang dapat mempengaruhi nasabah untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tersebut.

c) Harga

³⁶Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2001), h. 160

³⁷Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), h.10

Harga berhubungan dengan persiapan margin. Bagi hasil terhadap produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah kepada nasabah.

d) Distribusi

Yaitu penyaluran yang dilakukan oleh lembaga terkait yang dapat menarik nasabah akan melihat lamanya proses transaksi produk dan jasa yang dibeli.

2) Faktor eksternal

Budiyanto menyatakan faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah adalah :³⁸

a) Kepercayaan masyarakat

Unsur kepercayaan masyarakat terhadap suatu bank. Hal ini dapat berpengaruh terhadap kemampuan bank dalam menghimpun dana dan meningkatkan jumlah nasabahnya. Seberapa besar kepercayaan masyarakat tergantung pada kinerja internal bank itu sendiri.

b) Pendapatan masyarakat

Ekspektasi masyarakat menyangkut perkiraan pendapatan yang diterima oleh masyarakat akan berpengaruh terhadap penempatan dananya pada bank dan hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada suatu bank.

c) Unsur keamanan

³⁸Budiyanto dan Yunus, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan”, (Skripsi Sarjana: STIESIA Surabaya, 2014).

Unsur keamanan, baik keamanan dari kemungkinan terjadinya gejolak sosial masyarakat maupun faktor kewanan yang diciptakan oleh adanya jaminan pengembalian dana.

d) Lokasi bank

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikan produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Semakin tajamnya persaingan antar bank maupun persaingan antar lembaga keuangan non bank yang juga dapat memberikan jasa-jasa pelayanan yang bersaing dengan jasa pelayanan bank lainnya.

e) Pesatnya perkembangan teknologi

Pesatnya perkembangan teknologi terutama yang menyangkut teknologi informasi yang sekaligus juga menghasilkan inovasi-inovasi baru menyangkut jasa layanan bank.

f. Manfaat dan Resiko Pembiayaan Murabahah

Sesuai dengan sifat bisnis (tjariah), transaksi murabahah memiliki beberapa manfaat, demikian juga resiko yang harus diantisipasi. Murabahah memberi banyak manfaat kepada bank syariah, salah satunya adalah adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada nasabah. Selain itu, sistem murabahah juga sangat sederhana. Hal tersebut memudahkan penanganan administrasinya di bank syariah. Di antara kemungkinan risiko yang harus diantisipasi antara lain sebagai berikut :

- 1) Default atau kelalaian, nasabah sengaja tidak membayar angsuran.

- 2) Fluktuasi harga komparatif, ini terjadi jika harga suatu barang di pasar setelah bank membelikannya untuk nasabah. Bank tidak bisa mengubah harga jual beli tersebut.
 - 3) Penolakan nasabah, barang yang dikirim bisa saja ditolak oleh nasabah karena beberapa hal. Bisa jadi karena rusak dalam perjalanan sehingga nasabah tidak mau menerimanya. Karena itu, sebaiknya dilindungi dengan asuransi. Kemungkinan lain karena nasabah merasa spesifikasi barang tersebut berbeda dengan yang ia pesan. Bila bank telah menandatangani kontrak pembelian dengan penjualannya, barang tersebut akan menjadi milik bank. Dengan demikian bank mempunyai resiko untuk menjualnya kepada pihak lain.
 - 4) Dijual, karena murabahah bersifat jual beli dengan utang maka ketika kontrak ditandatangani, barang itu menjadi milik nasabah. Nasabah bebas melakukan apapun terhadap asset miliknya tersebut, termasuk untuk menjualnya kepada pihak lain. Jika terjadi demikian, rasio untuk default akan besar.³⁹
- g. Prinsip pokok Pembiayaan Murabahah

Pasal 3 PBI No. 9/19/PBI/2007 menegaskan bahwa prinsip syariah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat 1 dilakukan kegiatan

³⁹Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. h. 107

penyaluran dana berupa pembiayaan dengan menggunakan Akad Murabahah berlaku persyaratan paling kurang sebagai berikut:⁴⁰

- 1) Bank bertindak sebagai pihak penyedia dana dalam rangka membelikan barang terkait dengan kegiatan transaksi Murabahah dengan nasabah sebagai pihak pembeli barang.
- 2) Barang adalah objek jual beli yang diketahui secara jelas kuantitas, kualitas, harga perolehan dan spesifikasinya.
- 3) Bank wajib menjelaskan kepada nasabah mengenai karakteristik produk Pembiayaan atas dasar Akad Murabahah, serta hak dan kewajiban nasabah sebagaimana diatur dalam ketentuan Bank Indonesia mengenai transparansi informasi produk Bank dan penggunaan data pribadi nasabah.
- 4) Bank wajib melakukan analisis atas permohonan Pembiayaan atas dasar Akad Murabahah dari nasabah yang lain meliputi aspek personal berupa analisa atas karakter (*Character*) dan atau aspek usaha antara lain meliputi analisa kapasitas usaha (*Capacity*), keuangan (*Capital*) dan atau prospek usaha (*Condition*).
- 5) Bank dapat membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- 6) Barang wajib menyediakan dana untuk merealisasikan penyediaan barang yang dipesan oleh nasabah.

⁴⁰Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perbankan Syariah*, (Bandung:Rafika Aditama, 2009), h. 46-47

- 7) Kesepakatan atas keuntungan (margin) ditentukan hanya satu kali pada awal Pembiayaan atas dasar Murabahah dan tidak berubah selama periode Pembiayaan.
 - 8) Bank dan nasabah wajib menuangkan kesepakatan dalam bentuk perjanjian tertulis berupa Akad Pembiayaan atas dasar Murabahah.
 - 9) Jangka waktu pembayaran harga barang oleh nasabah kepada Bank ditentukan berdasarkan kesepakatan Bank dan nasabah.
- h. Praktik Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah

Bapak Ahmad membutuhkan sebuah mesin fotokopi pada tanggal 1 Mei 2012 dengan spesifikasi: Merk Xerox, memiliki kemampuan untuk memperkecil dan memperbesar hingga ukuran AO, memiliki kemampuan untuk memfotokopi warna.⁴¹

Bapak Ahmad harus menyediakan uang sebesar Rp. 80.000.000,- untuk membeli mesin fotokopi secara tunai, namun melihat kondisi keuangan Bapak Ahmad yang mengalami kesulitan jika harus membeli secara tunai. Bapak Ahmad hanya memiliki kemampuan keuangan setiap bulannya sebesar Rp. 8.000.000,- untuk membeli mesin tersebut.

Bapak Ahmad mengajukan pembiayaan di Bank Syariah untuk mewujudkan harapannya tersebut. Mengingat kondisi tersebut Bank Syariah menetapkan required rate of profit sebesar 20%. Beberapa bulan lama pembayaran Bapak Ahmad memberikan angsuran ke Bank Syariah?

⁴¹Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta:Teras, 2014), hal. 227-228

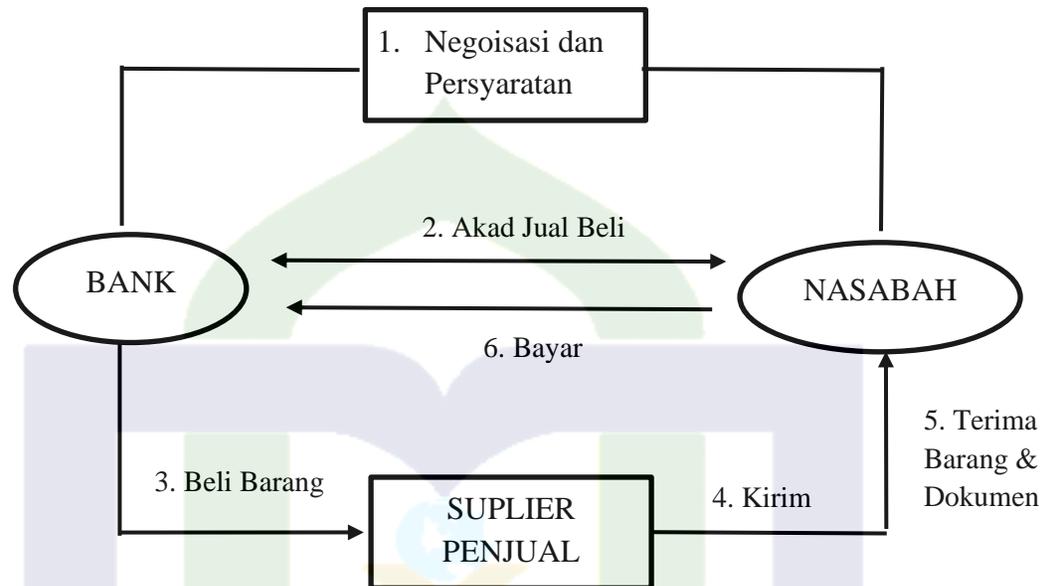
Harga beli barang	Rp. 80.000.000,-
Kemampuan keuangan nasabah/bulan	Rp. 8.000.000,-
<i>Required rate of profit (20%)</i>	Rp. 16.000.000,-
Harga jual barang kepada nasabah	Rp. 80.000.000,-
	Rp. 16.000.000,-
	=Rp. 96.000.000,-
Periode pembayaran	Rp. 96.000.000,-
	Rp. 8.000.000,-
	=Rp. 12.000.000= 360 hari

Tabel 2.1: Praktik Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah

i. Skema Pembiayaan Murabahah

Akad murabahah digunakan oleh bank untuk memfasilitasi nasabah yang melakukan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhan akan barang konsumsi seperti rumah, kendaraan/alat transportasi, alat-alat rumah tangga, dan sejenisnya termasuk renovasi atau proses membangun, pengadaan barang dagangan, bahan baku atau bahan pembantu produksi, serta barang modal seperti pabrik, mesin dan sejenisnya serta barang lainnya yang tidak bertentangan dengan syariah dan disetujui oleh bank. Skema ini paling banyak digunakan karena sederhana dan tidak terlalu asing bagi yang sudah biasa bertransaksi dengan dunia perbankan pada umumnya.

Secara umum, aplikasi perbankan dari bai'al-murabahah dapat digambarkan dalam skema berikut ini:⁴²



Gambar 2.1 : Skema Pembiayaan Murabahah

Dari gambar di atas dapat dijelaskan proses pembiayaan murabahah sebagai berikut:

- 1) Negoisasi dan Persyaratan, pada tahap ini melakukan negoisasi dengan pihak bank yang berhubungan dengan spesifikasi produk yang diinginkan oleh nasabah, harga beli dan harga jual, jangka waktu pembayaran dan pelunasan, serta persyaratan-persyaratan lainnya yang harus dipenuhi oleh nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada bank syariah.
- 2) Bank membeli produk atau barang yang sudah disepakati dengan nasabah tersebut. Bank biasanya membeli ke supplier.

⁴²Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. h. 109

- 3) Akad jual beli, setelah bank membeli produk sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan nasabah, maka selanjutnya bank menjualnya kepada nasabah disertai dengan penandatanganan akad jual beli antara bank dan nasabah, pada akad tersebut dijelaskan hal-hal yang berhubungan dengan jual beli murabahah, rukun dan syarat-syaratnya yang harus dipenuhi.
- 4) Supplier mengirim produk barang yang dibeli oleh bank ke alamat nasabah sesuai dengan akad perjanjian yang telah disepakati antara bank dan nasabah sebelumnya.
- 5) Tanda terima barang dan dokumen, ketika barang sudah sampai ke alamat nasabah, maka nasabah harus menandatangani surat tanda terima barang, dan mengecek kembali kelengkapan dokumen-dokumen produk atau barang tersebut.
- 6) Proses selanjutnya adalah nasabah membayar harga produk barang yang dibelinya dari bank, biasanya pembayaran dilakukan secara angsuran cicilan dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati sebelumnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli murabahah dapat dicairkan setelah akad perjanjian jual beli murabahah ditandatangani dan bank sudah menerima dokumen-dokumen bukti transaksi dan penyerahan barang dari supplier kepada nasabah selaku wakil bank. Bank langsung membayar harga pembelian barang kepada supplier, sedangkan nasabah membayar pembelian barang tersebut kepada bank dengan cara angsuran.

4. Bank Syariah

b. Pengertian Bank Syariah

Bank jika dilihat dari cara menentukan harga terbagi menjadi dua macam yaitu bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syariah. Perbedaan utama antara kedua jenis bank ini adalah dalam hal penentuan harga, baik harga jual maupun harga beli. Dalam bank konvensional penentuan harga selalu didasarkan pada bunga, sedangkan dalam bank syariah didasarkan pada konsep Islam, yaitu kerja sama dalam skema bagi hasil, baik untung maupun rugi.⁴³

Undang-undang nomor 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 1 tentang perbankan syariah, yang dimaksud bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta tata cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pada dasarnya bank syariah sama dengan bank umum, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan. Hanya saja bank syariah dalam menjalankan aktivitasnya, bank menghimpun dan maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan menggunakan dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah atau prinsip agama Islam. Bagi bank tidak mengenal istilah bunga dalam memberikan jasa pada penyimpanan maupun

⁴³ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Bank dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta:Fajar interpratama Mandiri, 2017) h. 213

pinjaman. Prinsip syariah yang diterapkan oleh bank syariah adalah pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pernyataan berdasarkan pernyataan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau dengan adanya pilihan pemindaan kepemilikan barang.⁴⁴

c. Prinsip Dasar Bank Syariah

Prinsip-prinsip dasar bank syariah dalam operasionalnya, bank syariah mengikuti aturan-aturan dan norma-norma Islam, yaitu:⁴⁵

- 1) Bebas dari bunga (*riba*)
- 2) Bebas dari kegiatan spekulasi yang non produktif seperti perjudian (*maysir*)
- 3) Bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*)
- 4) Bebas dari hal-hal yang merusak atau tidak sah (*bathil*) dan
- 5) Hanya membiayai kegiatan usaha yang halal.

d. Fungsi Bank Syariah

Adapun fungsi dari didirikannya perbankan syariah yaitu:

- 1) Memurnikan operasional perbankan syariah sehingga dapat lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- 2) Meningkatkan kesadaran syariah umat Islam sehingga dapat memperluas segmen dan pangsa pasar perbankan syariah.
- 3) Menjalin kerjasama para ulama, karena bagaimanapun peranan ulama sangat dominan bagi kehidupan umat Islam.⁴⁶

⁴⁴Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002) h.

⁴⁵Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persaja, 2015) h. 45

e. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah memiliki tujuan yang luas, berkaitan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Tujuan bank syariah adalah:

- 1) Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Pengumpulan modal dari masyarakat dan pemanfaatannya kepada masyarakat diharap dapat mengurangi kesenjangan sosial guna tercipta peningkatan pembangunan nasional. Metode bagi hasil akan membantu orang yang lemah permodalannya untuk bergabung dengan bank syariah supaya bisa mengembangkan usahanya.
- 2) Meningkatkan partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan karena keengganan sebagian masyarakat untuk berhubungan dengan bank yang disebabkan oleh sikap menghindari bunga telah terjawab oleh bank syariah.
- 3) Membentuk masyarakat agar berpikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.
- 4) Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank syariah dapat beroperasi, tumbuh dan berkembang melalui bank-bank dengan metode lain.⁴⁷

f. Produk Bank Syariah di Indonesia

⁴⁶Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Gafindo Persada, 2015) h. 47.

⁴⁷Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005) h. 35

Produk dan jasa keuangan syariah yang ditawarkan bank syariah di Indonesia cukup bervariasi yaitu produk dan jasa untuk pendanaan, pembiayaan, jasa produk, jasa operasional dan jasa investasi.⁴⁸

1) Pendanaan

Produk pendanaan yang ditawarkan perbankan syariah Indonesia tidak berbeda dengan produk pendanaan bank syariah pada umumnya yang meliputi giro, tabungan, investasi umum, investasi khusus dan obligasi. Akad-akad yang digunakan juga merupakan akad-akad yang biasa diterapkan untuk produk yang bersangkutan. Produk-produk pendanaan dan akad yang digunakan di Indonesia adalah produk atau jasa Giro (Rp/USD/SD), tabungan kurban dan tabungan haji memakai akad Wadiah Yad Dhamanah. Tabungan haji, tabungan umum (Rp/USD), tabungan investasi pendidikan, deposito umum (Rp/USD) dan deposito khusus (Rp/USD) memakai akad Mudharabah. Program dana pensiun memakai akad Mudharabah Muqayyadah. Obligasi memakai akad Mudharabah wal Murabahah.

2) Pembiayaan

Produk-produk pembiayaan yang ditawarkan oleh perbankan syariah Indonesia cukup banyak dan bervariasi untuk memenuhi kebutuhan usaha maupun pribadi. Akad yang digunakan oleh produk-produk pembiayaan ini sebagian besar menggunakan akad Murabahah, diikuti Mudharabah dan Musyarakah. Akad Salam digunakan untuk pembiayaan pertanian, sedangkan istishna digunakan untuk pembiayaan

⁴⁸Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008). h. 242.

pemesanan barang-barang manufaktur. produk-produk pembiayaan dan akad yang digunakan perbankan syariah di Indonesia adalah modal kerja, investasi dan pembiayaan proyek memakai akad Mudharabah, Musyarakah dan Murabahah. Pengadaan barang Investasi, pembiayaan peralatan, pembiayaan aset tetap, pembiayaan stok barang, pengadaan barang konsumsi, pembiayaan properti, pembiayaan rumah/toko/kantor, pembiayaan kendaraan bermotor, pembiayaan komputer dan pembiayaan pabrik dan mesin memakai akad Murabahah. Pembiayaan pabrik dan mesin, pemesanan barang investasi dan renovasi memakai akad istishna. Pembiayaan talangan dan gadai memakai akad Qardh. Pembiayaan pendidikan memakai akad Ijarah. Pinjaman kebajikan memakai akad Qardhul Hasan. Gadai memakai akad Rahn. Takeover/transfer services memakai akad Hawalah. Pertanian memakai akad Salam.

3) Jasa Perbankan

a) Jasa Produk

Jasa produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah Indonesia cukup banyak dan bervariasi untuk memenuhi kebutuhan usaha maupun pribadi, baik untuk urusan dalam negeri maupun luar negeri. Jasa produk yang ditawarkan perbankan syariah Indonesia pada dasarnya tidak berbeda dengan jasa produk perbankan konvensional, tetapi dengan menggunakan akad-akad syariah. Akad yang digunakan oleh jasa produk ini sebagian besar menggunakan akad Ujr, Wakalah dan kafalah. Jasa produk dan akad yang

digunakan perbankan syariah di Indonesia adalah jasa atau produk kartu ATM, kartu haji/umrah, SMS banking, pembayaran tagihan dan pembayaran gaji elektronik memakai akad Ujr. Kartu talangan (syariah charge card) memakai akad Kafalah wal Ijarah (pembelian barang) dan Al-Qardh Wal Ijarah (penarikan tunai). Jual beli valuta asing memakai akad sharf. Bank garansi memakai akad Kafalah. L/C dalam negeri dan L/C memakai akad Wakalah.

b) Jasa Operasional

Jasa operasional yang ditawarkan oleh perbankan syariah Indonesia cukup banyak dan bervariasi untuk memenuhi kebutuhan usaha maupun pribadi. jasa produk yang ditawarkan perbankan syariah Indonesia pada dasarnya tidak berbeda dengan jasa produk perbankan konvensional, tetapi dengan menggunakan akad-akad syariah. Akad yang digunakan oleh produk-produk pembiayaan ini sebagian besar menggunakan akad wakalah. Jasa operasional dan akad yang digunakan perbankan syariah di Indonesia adalah setoran kliring, kliring antar kota, RTGS, inkaso, transfer, transfer valuta asing, pajak online dan pajak impor memakai akad wakalah. Referensi bank memakani akad Surat Keterangan.

c) Jasa Investasi

Jasa investasi merupakan bentuk pelayanan khas yang ditawarkan bank syariah. Jasa investasi yang ditawarkan oleh perbankan syariah Indonesia baru ada dua, yaitu investasi khusus dan

reksadana. Akad yang digunakan oleh jasa investasi semuanya menggunakan akad Mudharabah Muqayyadah.

C. Tinjauan Konseptual

“Peran *Selling Skill* dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Baru”. Untuk memudahkan pembahasan maka perlu dibatasi secara konseptual agar pembahasan dalam proposal ini lebih fokus dan lebih spesifik. Oleh karena itu tinjauan konseptual memiliki batasan makna yang terkait dengan judul tersebut agar memudahkan pemahaman terhadap isi pembahasan serta menghindari kesalahpahaman. Oleh karena itu, dibawah ini akan diuraikan tentang pembatasan makna judul tersebut.

1. *selling skill* merupakan pengetahuan dan penguasaan untuk melakukan tindakan tertentu sebagai pengetahuan prosedural maupun tindakan khusus yang mengacu pada keberhasilan penjualan.

a. Penampilan Fisik (*Personal Attribute*)

Penampilan fisik yang baik merupakan hal yang penting untuk mencapai keberhasilan penjualan biasanya dapat dilihat dari: cara berpakaian yang rapi dan bersih, sepatu yang bersih dan mengkilat, potongan rambut yang rapi, nafas dan bau badan yang segar serta senyum. Tenaga penjual juga harus memiliki sifat-sifat: dapat bersosialisasi dengan baik, memiliki sifat/rasa ingin tahu yang tinggi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, memiliki daya khayal dan kreatifitas yang tinggi, memiliki semangat dan ketulusan hati yang tinggi, serta dapat dipercaya.

b. Sifat-sifat individu (*Individual Traits*)

Seseorang tenaga penjual harus memiliki sifat-sifat sebagai berikut: keahlian (*expertise*), tenaga penjual harus memiliki keahlian dalam menawarkan dan menangani produk yang akan di jual. Kredibilitas (*credibility*), tenaga penjual harus dapat di percaya dan melakukan proses transaksi yang jujur dengan konsumen. Sikap (*attitude*), sikap yang positif dari tenaga penjual yaitu sikap percaya diri yang tinggi serta tidak arogan. Mendengar (*listening*), keahlian mendengarkan kebutuhan konsumen. Kemampuan beradaptasi (*adaptability*), tenaga penjual yang baik harus dapat beradaptasi dengan berbagai macam tipe konsumen.

c. Kemampuan Presentasi (*Presentation Skills*)

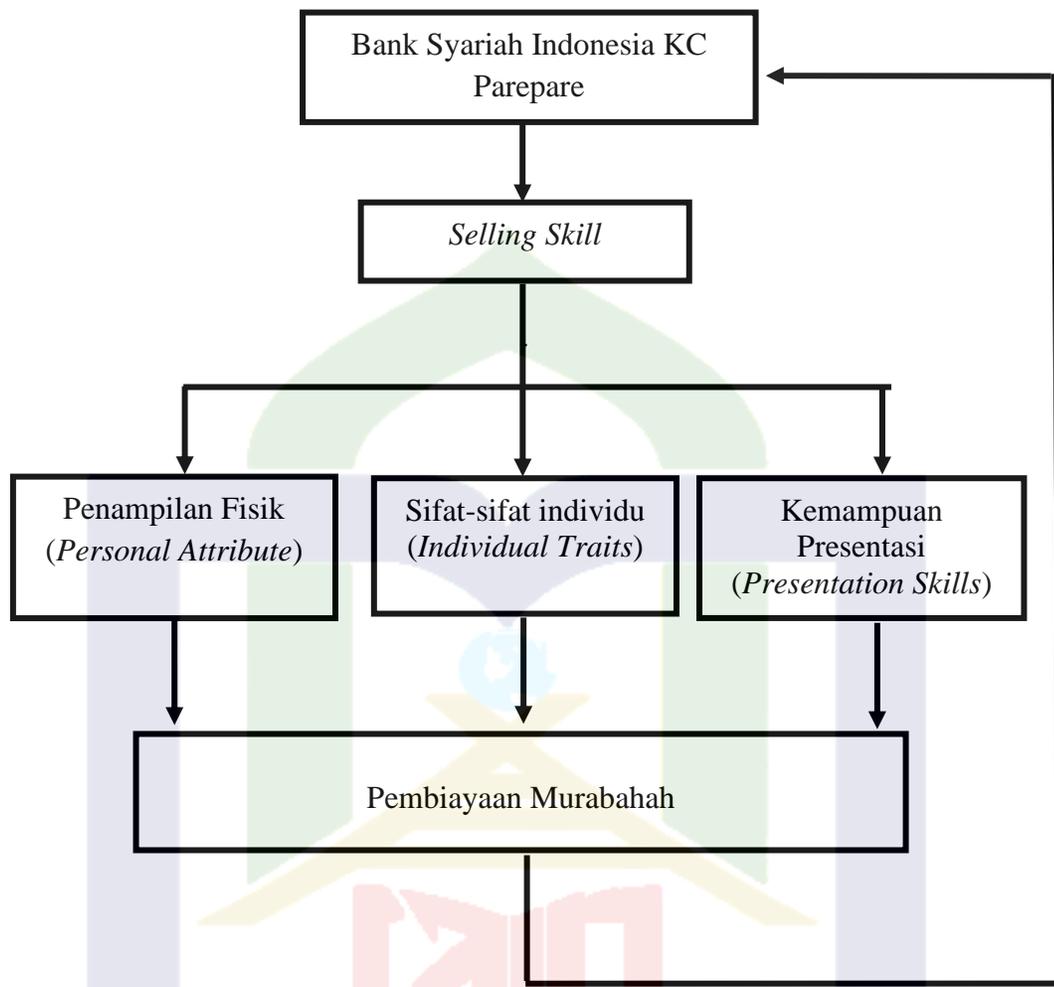
Beberapa elemen yang perlu dimiliki sehubungan dengan kemampuan presentasi diantaranya: *message strategy* (tenaga penjual dapat mempresentasikan produk kepada konsumen dengan dua cara yaitu hanya menjelaskan kekuatan dan kegunaan produk atau dengan memberikan gambaran tentang kekurangan dan kelebihan produk secara proporsional), *message positioning* (tenaga penjual harus menempatkan poin-poin penting dari produk pada saat memulai proses transaksi dan pada akhir transaksi), *message appeals* (tenaga penjual yang baik harus dapat mengenali emosi konsumen untuk mendapatkan keuntungan yang baik dari konsumen), *customer conclusion* (tenaga penjual harus membantu konsumen untuk cepat memutuskan dan mengatakan kepadanya mengapa dia harus membeli produk tersebut, *customer participation* (memberi kesempatan kepada konsumen untuk menyentuh, mencium, dan mendengarkan fitur dari produk yang di tawarkan).

2. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah adalah penyediaan dana atau tagihan oleh bank syariah untuk transaksi jual beli barang sebesar harga pokok ditambah margin/keuntungan berdasarkan kesepakatan dengan nasabah yang harus membayar sesuai dengan akad.

D. Bagan Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antara konsep data atau variabel secara koheren yang merupakan gambaran untuk fokus penelitian. Sesuai dengan judul yang telah dikemukakan sebelumnya maka calon peneliti membuat suatu skema atau bagan yang akan di jadikan sebagai kerangka pikir dari judul yang telah diajukan. Adapun penjelasan bagannya yaitu untuk mengetahui Peran *Selling Skill* dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru.



Gambar 2.2 : Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, yaitu peneliti yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain lain secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁴⁹ Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, peneliti ingin langsung mengetahui dari pelaku tempat penelitian yaitu menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasikannya. Dengan memberikan penjabaran dan mendeskripsikan langsung bagaimana peran *selling skill* dalam meningkatkan pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Baru.

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) karena peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan serta membuat catatan lapangan yang berisi informasi yang berhubungan dengan penelitian.⁵⁰

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian merupakan tempat dimana suatu penelitian dilakukan, penetapan suatu lokasi penelitian merupakan tahapan penting

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 2.

⁵⁰Moleong Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h. 26.

dalam penelitian, karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian maka akan mempermudah peneliti melakukan penelitian. Adapun lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu bertempat di Bank Syariah Indonesia KCP Barru yang beralamatkan di Perum. Griya UBM Blok A.5, Jl. A.A Bau Massepe Ling. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena adanya permasalahan yang dihadapi oleh pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Barru dalam peran *selling skill* untuk meningkatkan nasabah pembiayaan Murabahah, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk penelitian ini kurang lebih 2 bulan yang merupakan waktu yang sangat cukup untuk memperoleh informasi serta data yang dibutuhkan oleh peneliti.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran *selling skill* dalam meningkatkan pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru. Maka dalam penelitian ini hanya fokus pada bentuk *selling skill* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru dalam meningkatkan pembiayaan Murabahah.

D. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek, yaitu jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (informan).

b. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti (narasumber).⁵¹ Sumber data yang dikumpulkan penelitian secara langsung dari responden melalui wawancara dan observasi langsung di lapangan. Respon adalah orang yang dikategorikan sebagai sampel dalam penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan peneliti.⁵² Data primer ini didapatkan melalui hasil wawancara dengan pihak BSI KCP Baru yang terdiri dari 4 informan dan hasil wawancara dengan nasabah sebanyak 3 informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, peraturan perundang-undang, dan lain-lain.⁵³ Adapun data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa skripsi dan tesis yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data diantaranya:⁵⁴

⁵¹Sutinah Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, ke-3 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 55.

⁵²Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: CV.Afabeta, 2002), h. 34.

⁵³Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 106.

⁵⁴Djam'an Satory dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 129.

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Melaksanakan teknik wawancara berarti melakukan interaksi komunikasi atau percakapan antara pewawancara (interviewer) dan terwawancara (interviewee) dengan maksud menghimpun informasi dari interview tersebut. Interview pada penelitian kualitatif adalah informan yang daripadanya pengetahuan dan pemahaman diperoleh. Adapun informan yang diwawancarai untuk mendapatkan data yaitu manajer pemasaran, marketing dan nasabah.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek diteliti baik secara langsung dan tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. *Observing natural phenomena, aided by systematic classification and measurement, led to the development of theories and laws of nature's forces. Observation continues to characterize all research; experimental, descriptive, and historical.*⁵⁵ (Pelestarian fenomena alam yang dibantu oleh klasifikasi dan pengukuran yang sistematis menyebabkan perkembangan teori dan hukum alam memaksa pengamatan terus menjadi ciri semua penelitian, eksperimental, deskriptif, dan historis). Observasi dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Barru dengan mengamati bagaimana pihak BSI dalam melayani calon nasabah dan meningkatkan jumlah nasabah.

⁵⁵Jhon W. Best, *Research in Education* (America: Prentice Hall Inc, 1981), h. 65

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang juga berperan besar dalam penelitian kualitatif naturalistik adalah dokumentasi. Dengan teknik dokumentasi ini, peneliti dapat memperoleh informasi bukan dari orang sebagai informan, tetapi mereka memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan dalam bentuk peninggalan budaya, karya seni dan karya pikir. Dalam hal ini, peneliti tidak hanya mendapatkan informasi dari narasumber namun peneliti juga mendapat informasi dari bentuk dokumen yang ada pada informan itu sendiri. Baik itu berupa catatan, foto, sketsa dan sebagainya.

2. Teknik Pengolahan Data

a. Koding

Koding adalah tahapan di mana peneliti mencari kata kunci dari hasil deskripsi wawancara yang dapat menjawab rumusan masalah.⁵⁶ Koding dimaksudkan untuk dapat mengorganisasikan dan mensistematisasi data secara lengkap dan mendetail sehingga data dapat memunculkan gambaran tentang topik yang dipelajari dan menemukan makna dari data yang dikumpulkan.

⁵⁶Arofatus Syifa'iyah, "Pelaksanaan Pengawasan Kinerja Sumber Daya Manusia Devisi Front Desk Agent PT Sofyan Inn Grand Kalimas Hotel Syariah Surabaya" Skripsi Sarjana; Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, (2017)

b. Kategorisasi

Kategorisasi adalah satuan informasi yang luas yang tersusun dari beberapa kode yang dikelompokkan untuk membentuk ide umum.⁵⁷ Kategorisasi bertujuan mengelompokkan koding-koding yang sama untuk kemudian disusun dan dimaknai sehingga gambaran dan makna tentang topik yang diteliti semakin jelas.

c. Tabulasi

Setelah kategorisasi dibuat maka langkah selanjutnya membuat tabulasi data untuk melihat jawaban dominan atau mayoritas berdasarkan kategori yang sudah dibuat.⁵⁸

F. Uji Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan tehnik triangulasi dalam pengujian keabsahan data. Triangulasi merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan oleh peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Kemudian terkait dengan pemeriksaan data, triangulasi berarti suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara memanfaatkan hal-hal (data) lain yang digunakan untuk pengecekan dan perbandingan data berupa sumber, metode, peneliti dan teori. Triangulasi ada 3 macam yaitu, triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu.

⁵⁷Arofatus Syifa"iyah, "Pelaksanaan Pengawasan Kinerja Sumber Daya Manusia Devisi Front Desk Agent PT Sofyan Inn Grand Kalimas Hotel Syariah Surabaya" Skripsi Sarjana; Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, (2017)

⁵⁸ Nyoman Trisna Aryanata, "Representasi Sosial Tentang Metroseksual" Skripsi Sarjana;Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, (2010).

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan membandingkan dengan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi serta membandingkan hasil wawancara dengan metode yang ada.⁵⁹ Adapun pihak yang akan diwawancarai dalam penelitian ini yaitu *Marketing/Account Officer* pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode merupakan usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Dalam triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama yaitu dapat berupa observasi, dokumentasi, dan wawancara. Kemudian pelaksanaannya dapat juga dengan cara cek dan recek.⁶⁰ Observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari data yang lengkap dan valid, dokumentasi bertujuan untuk mengambil gambar yang terkait Peran *Selling Skill* dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru. Sedangkan wawancara bertujuan untuk mengambil data-data yang ingin diteliti.

⁵⁹Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Trianggulasi Pada Penelitian Kualitatif," (Jurnal:Teknologi Pendidikan vol 10, no. 1, 2010), h. 56.

⁶⁰Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Trianggulasi Pada Penelitian Kualitatif," h.57.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan menggunakan waktu yang berbeda-beda, dalam hal ini peneliti mengumpulkan data terkait peran *selling skill* dalam meningkatkan pembiayaan Murabahah dengan mewawancarai informan pada waktu yang berbeda-beda.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis data menurut Miles dan Huberman yang dibagi menjadi tiga macam aktivitas dalam analisis data kualitatif, yaitu:⁶¹

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis data dengan cara mereduksi data, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan hal-hal yang penting untuk penelitian ini.

b. Penyajian data (*Data Display*)

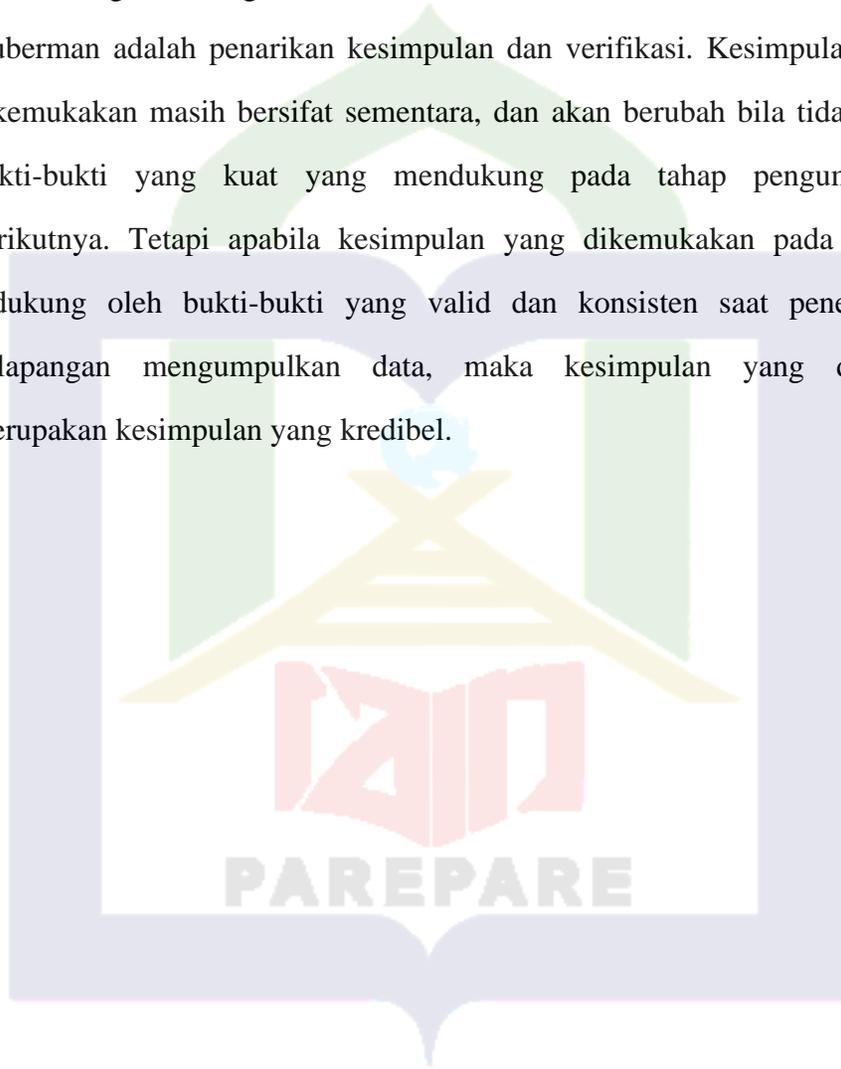
Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain-lain. Dengan

⁶¹Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D, (Bandung : Alfabeta, 2015), h. 244.

mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Bentuk *Selling Skill* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru

Bank Syariah Indonesia adalah bank di Indonesia yang bergerak di bidang perbankan syariah. Bank ini diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021 pukul 13.00 WIB atau bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H. Bank ini merupakan hasil penggabungan antara Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Masyarakat di Kota Barru masih banyak yang belum mengetahui tentang Bank Syariah Indonesia karena bank tersebut terbilang masih baru karena baru beroperasi pada tanggal 22 Agustus 2022 sehingga nasabah yang menabung atau mengambil pembiayaan di BSI KCP Barru masih sedikit dibandingkan dengan bank-bank lain yang ada di Kota Barru.

Selling Skill merupakan pengetahuan dan penguasaan untuk melakukan tindakan tertentu sebagai pengetahuan prosedural maupun tindakan khusus yang mengacu pada keberhasilan penjualan. Adapun bentuk *selling skill* yang diterapkan pada BSI KCP Barru yaitu kemampuan komunikasi, kemampuan negosiasi, dan kemampuan presentasi.

1. Kemampuan komunikasi

Kemampuan komunikasi adalah kecakapan atau kesanggupan penyampaian pesan, gagasan, atau pikiran kepada orang lain dengan tujuan orang lain tersebut memahami apa yang dimaksudkan dengan baik, secara langsung lisan atau tidak

langsung. Dalam dunia perbankan seorang marketing harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Karena tugas dari seorang marketing yaitu menawarkan produk-produk yang ada di bank tersebut, sehingga kemampuan komunikasi yang baik akan berpengaruh terhadap minat calon masyarakat terhadap produk-produk tersebut. Maka dari itu pihak BSI KCP Barru harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Muhammad Hasrani Said selaku branch manager BSI KCP Barru dalam wawancara dengan peneliti sebagai berikut :

Kami selalu berusaha berkomunikasi dengan baik kepada nasabah maupun calon nasabah, berkomunikasi yang baik itu seperti berbicara yang sopan, selalu menggunakan bahasa yang baik dan mudah dimengerti, ramah, dan selalu tersenyum. Selain itu kami juga harus bisa menjelaskan mengenai produk-produk dengan jelas agar masyarakat itu mudah untuk memahaminya.⁶²

Hal ini juga diungkapkan oleh Bapak Najamuddin selaku branch manager BSI KCP Barru dalam wawancara dengan peneliti sebagai berikut :

Pada saat berkomunikasi kepada calon nasabah tentunya kita menggunakan bahasa yang baik dan sopan, bahasa yang mudah dimengerti, dan cara berbicaranya itu menggunakan ekspresi seperti berbicara sambil tersenyum, jangan seperti orang yang sedang marah.⁶³

Adapun hasil wawancara dengan Bapak Abdullah selaku nasabah di BSI menyatakan bahwa :

Karyawan BSI itu cara komunikasinya sangat baik, selalu menggunakan bahasa yang mudah dipahami, cara berbicaranya juga sopan baik itu kepada

⁶²Muhammad Hasrani Said, *Branch Manager BSI KCP Barru*, wawancara pada tanggal 04 November 2022.

⁶³S. Najamuddin, *Customer Sales Executive (CSE) di BSI KCP Barru*, wawancara pada tanggal 31 Oktober 2022

orang yang lebih muda maupun yang lebih tua. Ketika saya sampai di BSI langsung di sambut dengan ramah oleh karyawan BSI.⁶⁴

Bapak Zainuddin selaku nasabah di BSI KCP Barru juga mengatkan :

Cara berkomunikasi yang bagus, sopan dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti ketika menjelaskan.⁶⁵

Berdasarkan uraian diatas dan hasil wawancara dengan pihak BSI dan nasabah dapat dikatakan bahwa karyawan BSI sudah mempunyai kemampuan berkomunikasi dengan baik. Sangat penting bagi BSI KCP Barru memiliki karyawan yang mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik karena hal tersebut dapat membantu meningkatkan jumlah nasabah khususnya pembiayaan murabahah.

2. Kemampuan negosiasi

Negosiasi merupakan proses untuk menyerahkan dan mempertimbangkan penawaran sampai penawaran itu diterima. Negosiasi juga bisa berarti pertimbangan, diskusi, atau konferensi dengan mengacu kepada suatu rancangan perjanjian. Bisa juga berarti tindakan untuk menyelesaikan atau mengurus ketentuan-ketentuan atau syarat-syarat bagi suatu tawar-menawar, jual-beli, atau transaksi bisnis lainnya. Dalam dunia perbankan syariah kemampuan negosiasi juga sangat penting untuk dimiliki khususnya di BSI KCP Barru. Adapun cara bernegosiasi yang baik yaitu dapat memahami dan mengenali aspek kemampuan negosiasi berupa kemampuan untuk memisahkan perasaan pribadi dengan masalah yang sedang dihadapi, kemampuan untuk berfokus pada kepentingan bukan posisi, kemampuan untuk

⁶⁴Abdullah, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 04 November 2022

⁶⁵Zainuddin, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

mengumpulkan beberapa pilihan sebelum membuat keputusan akhir, kemampuan untuk memastikan bahwa hasil didasarkan pada kriteria obyektif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Awi selaku marketing di BSI KCP Barru mengatakan bahwa :

Dalam dunia perbankan itu juga menggunakan sistem bisnis, maka dari itu kita harus pintar bernegosiasi dengan calon nasabah, adapun kemampuan negosiasi yang harus dimiliki itu seperti menguasai komunikasi verbal dan non-verbal, mampu menganalisis masalah dan problem solving, dan bisa mengontrol emosi.⁶⁶

Hal ini juga diungkapkan oleh Bapak Najamuddin selaku Customer Sales Executive (CSE) di BSI KCP Barru :

Kemampuan negosiasi yang harus dimiliki itu seperti mampu berkomunikasi dengan baik, mampu mendengarkan secara aktif, mampu dalam mengontrol emosi.⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa kemampuan bernegosiasi itu sangat penting dimiliki bagi setiap orang yang bergelut dengan dunia perbankan. Pihak BSI KCP Barru sudah memiliki kemampuan negosiasi namun masih perlu ditingkatkan lagi.

3. Kemampuan Presentasi

Presentasi yang dimaksudkan yaitu suatu kegiatan untuk megkomunikasikan suatu gagasan untuk orang lain dengan berbagai macam tujuan, contohnya seperti untuk menarik audiensi supaya membeli produk, menggunakan jasa, maupun untuk kepentingan dari orang lain. Dalam perbankan syariah kemampuan presentasi ini

⁶⁶Awi, Marketing di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 01 November 2022

⁶⁷S. Najamuddin, Customer Sales Executive (CSE) di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 31 Oktober 2022

tujuannya untuk menjelaskan dan mendemonstrasikan produk atau jasa kepada masyarakat. Adapun kemampuan presentasi yang harus dimiliki oleh seorang marketing yaitu menguasai intonasi dan suara, menguasai audiens, membuat desain slide yang menarik, hindari berbicara sambil melihat slide. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Suharyudi Yanto selaku Customer Sales Executive (CSE) di BSI KCP Barru sebagai berikut :

Kami sebelum mempresentasikan produk tentunya sudah menguasai materi yang akan di presentasikan. Adapun kemampuan yang harus dimiliki dalam presentasi itu kita harus bisa menguasai intonasi dan suara, menguasai audiens, membuat desain slide yang menarik, dan menghindari berbicara sambil melihat slide.⁶⁸

Berdasarkan wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa menguasai intonasi dan suara sangatlah penting saat melakukan presentasi, karena akan menarik perhatian audiens dan audiens tidak akan merasa bosan. Tujuan dari menguasai audiens ini agar mendapat perhatian serta informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Menampilkan slide dengan desain yang menarik pada saat presentasi akan membuat audiens lebih fokus dengan informasi atau materi yang dibawakan. Pada saat presentasi juga harus menghindari membaca slide agar apa yang dijelaskan itu mudah dipahami oleh audiens.

Bapak Zainuddin selaku nasabah BSI KCP Barru menyatakan bahwa :

Saya pernah mengikuti kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan oleh BSI KCP Barru, menurut saya sosialisasinya sangat bagus dan menarik karena cara mempresentasikan produknya sangat jelas, dan ada sesi tanya jawabnya.⁶⁹

⁶⁸Suharyudi Yanto, Customer Sales Executive (CSE) di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 01 November 2022

⁶⁹Zainuddin, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

Hal ini juga diungkapkan oleh Ibu Husnul Khatimah yang mengatakan bahwa :

BSI KCP Barru dalam mempresentasikan produk-produknya sangat bagus, ada gambar yang ditampilkan dan jelaskan, sehingga saya mudah untuk memahaminya.⁷⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah BSI KCP Barru memiliki kemampuan presentasi yang baik. Hal ini tentunya akan sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk bergabung menjadi nasabah BSI KCP Barru.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru

Terlepas dari namanya pembiayaan, apalagi pembiayaan murabahah di BSI KCP Barru, ada beberapa yang perlu diperhatikan agar pembiayaan murabahah ini kedepannya lebih bisa menggait nasabah lebih banyak lagi dari sebelum-sebelumnya. Untuk itu perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi jumlah peningkatan pembiayaan murabahah di BSI KCP Barru.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak BSI KCP Barru bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internalnya terdiri dari pelayanan, harga, dan promosi. Sedangkan faktor eksternalnya terdiri dari kepercayaan masyarakat, pendapatan masyarakat dan lokasi bank. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Suharyudi Yanto selaku Customer Sales Executive (CSE) di BSI KCP Barru sebagai berikut :

Kalau faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah pada BSI KCP Barru yaitu karena adanya faktor internal dan faktor

⁷⁰Husnul Khatimah, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

eksternal. Faktor internalnya itu berupa pelayanan, harga, dan promosi. Sedangkan faktor eksternalnya yaitu kepercayaan dari masyarakat, pendapatan masyarakat, dan lokasi bank.⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Faktor Internal

1) Pelayanan

Pihak BSI dalam melayani nasabah sangat bagus dan juga ramah. Hal ini memang sangat penting dalam dunia perbankan agar produk-pruduk yang ditawarkan banyak yang diminati oleh masyarakat khususnya kota Barru. Hal ini juga diungkapkan oleh bapak Zainuddin selaku nasabah pembiayaan di BSI KCP Barru dalam hasil wawancara dengan peneliti sebagai berikut :

Saat memberikan pelayanan karyawan BSI melayani dengan setulus hati tanpa terpaksa, pelayanan yang diberikan juga adil tanpa membeda-bedakan dengan nasabah lain. Memberi salam dan tersenyum saat nasabah datang serta dapat memberi perhatian kepada nasabah..⁷²

Hal ini juga di ungkapkan oleh ibu Husnul Khatimah selaku nasabah pembiayaan di BSI KCP Barru mengatakan bahwa :

Pelayanan di BSI sangat nyaman karena ketika datang kita disambut baik oleh karyawan BSI. Fasilitasnya juga cukup memadai seperti tersedia tempat parkir, ruangnya bersih, tempat duduknya nyaman. Dan juga untuk keluhan pastinya bisa diselesaikan dengan solusi yang baik.⁷³

⁷¹Suharyudi Yanto, Customer Sales Executive (CSE) di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 01 November 2022

⁷²Zainuddin, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

⁷³Husnul Khatimah, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

Bapak Abdullah selaku nasabah pembiayaan di BSI juga menyatakan mengenai pelayanannya di BSI :

Saya sangat puas dengan pelayanannya di BSI, karena saat datang ke bank saya pasti disambut dengan ramah dan sopan, memberikan solusi terhadap masalah dan keluhan yang sedang saya hadapi, memberikan pelayanan yang setulus hati kepada nasabah.⁷⁴

Berdasarkan uraian dan hasil wawancara dengan nasabah mengenai pelayanan yang terjadi di BSI KCP Barru ternyata sudah berjalan dengan baik. Pihak BSI dalam melayani nasabah selalu bersikap ramah dan sopan, selalu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh nasabah, memiliki respon yang cepat terhadap keluhan nasabah, melayani nasabah dengan setulus hati dan tanpa membedakan dengan nasabah lainnya.

2) Harga

Setelah memasarkan produk, pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru akan menentukan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Harga yang ditawarkan untuk produk pembiayaan murabahah itu sendiri sangat membantu bagi masyarakat karena pihak bank syariah menawarkan margin yang kecil. Hal ini berdasarkan wawancara dengan bapak Zainuddin selaku nasabah di BSI KCP Barru mengatakan bahwa:

strategi harga yang ditetapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Barru sangat membantu diri saya, karena setelah melakukan pembiayaan usaha saya semakin berkembang dan pendapatan saya juga semakin meningkat.⁷⁵

⁷⁴Abdullah, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 04 November 2022

⁷⁵Zainuddin, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

Hal ini juga di ungkapkan oleh Ibu Husnul Khatimah yang mengatakan bahwa :

Saya sangat terbantu dengan adanya pembiayaan murabahah di BSI KCP Barru karena margin yang ditetapkan tidak terlalu tinggi sehingga saya merasa sangat terbantu.⁷⁶

Berdasarkan uraian dan hasil wawancara diatas strategi harga yang diterapkan sudah dilakukan dengan baik karena harga tersebut selain membantu memberikan solusi kepada masyarakat untuk kebutuhan dana juga dapat membantu meningkatkan ekonomi masyarakat tersebut.

3) Promosi

Bank Syariah Indonesia KCP Barru merupakan bank yang masih terbilang sangat baru sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui mengenai produk-produk yang ada di bank tersebut. Sehingga Bank Syariah Indonesia KCP Barru perlu melakukan promosi kepada masyarakat agar produk-produknya dapat dikenali. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Barru yaitu strategi promosi melalui *personal selling* yaitu dengan melakukan penjualan pribadi, melakukan kunjungan ke pasar-pasar, dan melakukan kunjungan ke daerah-daerah. Selain itu kegiatan promosi juga dilakukan dengan periklanan melalui brosur, banner. Menurut bapak Abdullah selaku nasabah BSI dari hasil wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa :

Saya sering didatangi langsung oleh pihak BSI untuk mempromosikan produk-produknya dengan membawa beberapa brosur. Saya juga sering melihat marketingnya BSI mengunjungi pasar untuk membagikan brosur.⁷⁷

⁷⁶Husnul Khatimah, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

⁷⁷Abdullah, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 04 November 2022

Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Zainuddin selaku nasabah BSI mengatakan bahwa:

Pihak BSI datang langsung ke rumah saya untuk mempromosikan produk-produknya, disitulah saya berminat mengambil pembiayaan di BSI.⁷⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas strategi promosi yang diterapkan di BSI KCP Barru sudah terlaksana dengan baik. Pihak BSI selalu melakukan penjualan pribadi, melakukan kunjungan ke pasar-pasar dengan membagikan brosur, selain itu pihak BSI juga melakukan promosi ke daerah-daerah lain agar Bank Syariah ini semakin banyak peminatnya.

b. Faktor Eksternal

1) Faktor Kepercayaan Masyarakat

Faktor kepercayaan masyarakat terhadap suatu bank tergantung dari hasil kinerja internal bank itu sendiri dalam hal ini juga termasuk pada bank Syariah Indonesia KCP Barru seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Jika produk pembiayaan murabahah yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang diinginkan masyarakat tentu akan berimbas pada kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Barru dan akan terjadi penurunan jumlah nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah BSI atas nama Bapak Zainuddin mengatakan bahwa :

Saya percaya melakukan pembiayaan di BSI karena seluruh kegiatan BSI sesuai dengan prinsip Islam. Presentase keuntungan juga bukan berdasarkan pada

⁷⁸Zainuddin, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

bunga, tetapi bagi hasil (margin). Selain itu kualitas pelayanannya juga bagus sehingga saya percaya untuk melakukan pembiayaan di BSI.⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa untuk menjaga faktor kepercayaan nasabahnya maka Bank Syariah Indonesia KCP Barru perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Pihak bank Syariah Indonesia KCP barru harus benar-benar memberikan apa yang diinginkan masyarakat terkait produk pembiayaan, jika tidak dilakukan sesuai kriteria produk maka masyarakat tidak akan menaruh kepercayaan lagi terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Barru yang nantinya berpengaruh terhadap perkembangan jumlah nasabah.

2) Pendapatan Masyarakat

Pendapatan merupakan faktor yang menentukan kelangsungan hidup dari usaha masyarakat. Hal ini disebabkan karena apabila pendapatan masyarakat meningkat maka daya beli masyarakat terhadap barang dan jasa juga meningkat. Begitu juga dengan pendapatan masyarakat terhadap daya beli pada produk perbankan, pendapatan merupakan sumber utama nasabah dalam mengangsur pembiayaan.

Menurut Bapak Abdullah selaku nasabah BSI pada saat wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa :

Karena pendapatan saya meningkat, sehingga saya ingin mengambil pembiayaan. Hal ini karena dapat memudahkan saya dalam mengangsur pembiayaan yang saya gunakan.⁸⁰

⁷⁹Zainuddin, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

⁸⁰Abdullah, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 04 November 2022

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa ternyata ketika pendapatan masyarakat itu meningkat dapat memudahkan nasabah dalam mengangsur pembiayaan yang mereka gunakan. Sehingga hal ini dapat mempengaruhi faktor meningkatnya jumlah pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Barru.

3) Lokasi Bank

Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen atau nasabah tentunya menginginkan lokasi bank yang mudah dijangkau. Sehingga lokasi yang ditetapkan oleh sebuah bank benar-benar strategis dari seluruh penjuru agar mempermudah para nasabah yang ingin berinvestasi. Keberadaan Bank Syariah Indonesia KCP Barru sangat strategis karena berada di bagian kota dan di pinggir jalan poros.

Hasil wawancara dengan Ibu Husnul Khatimah selaku nasabah BSI mengatakan bahwa :

Menurut saya lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Barru sudah strategis, karena berada di pinggir jalan poros dan daerah yang banyak penduduknya. Namun ada satu kekurangannya, BSI hanya ada satu di Kota barru sehingga masyarakat yang berada jauh dari kota sulit untuk menjangkau.⁸¹

Hal ini juga diungkapkan oleh Bapak Zainuddin selaku nasabah di BSI KCP Barru :

Menurut saya lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Barru sangat strategis dan mudah di jangkau oleh masyarakat.⁸²

⁸¹Husnul Khatimah, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

⁸²Zainuddin, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

Berdasarkan hasil observasi ditemukan bahwa terdapat kesesuaian dengan hasil wawancara mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah. Hal ini ditandai dengan adanya unsur pelayanan yang baik sehingga membuat calon nasabah itu tertarik untuk mengambil pembiayaan murabahah. Selain itu, masih ada faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah peningkatan pembiayaan murabahah yaitu penentuan harga atau margin rendah, sistem promosi yang digunakan, kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah, pendapatan masyarakat yang meningkat, serta lokasi bank yang strategis.

3. Peran *Selling Skill* dalam Upaya Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru

Penelitian ini meneliti tentang peran *Selling Skill* dalam meningkatkan pembiayaan murabahah pada bank Syariah Indonesia KCP Barru. PT. Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank syariah terbesar di Indonesia dengan memberikan segala produk maupun pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan solusi bagi nasabah yang membutuhkan.

Setiap bank tentunya memiliki banyak produk, baik itu produk penghimpunan dana, penyaluran dana, maupun produk yang berkaitan dengan jasa. Bank Syariah Indonesia KCP Barru merupakan bank yang masih terbilang baru sehingga lebih banyak masyarakat yang mengenal bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah. Sehingga Bank Syariah Indonesia KCP Barru berharap mampu mengubah pola pikir masyarakat kota barru untuk berhijrah ke bank syariah. Untuk itulah *selling skill* sangat berperan penting dalam upaya meningkatkan pembiayaan murabahah di Bank Syariah Indonesia KCP Barru.

Berdasarkan hasil penelitian dengan sistem wawancara terbuka langsung kepada pihak BSI KCP Barru beserta nasabah yang mengambil pembiayaan murabahah, mengenai bagaimana peran *selling skill* dalam upaya meningkatkan pembiayaan murabahah.

a. Penampilan Fisik

Penampilan fisik merupakan hal yang sangat penting yang seharusnya menjadi perhatian banyak orang, terutama para marketing. Penampilan fisik sangat berperan penting dalam melakukan penjualan produk maupun jasa. Sebagai marketing kita harus selalu menjaga penampilan kita agar tetap rapi, terutama cara berpakaian. Hal tersebut dinyatakan oleh pihak marketing BSI itu sendiri sebagai berikut :

Penampilan fisik itu memang sangat berperan penting dalam melakukan penjualan, karena kita kan sebagai seorang marketing pastinya bertemu langsung kepada calon nasabah untuk menawarkan produk. Maka dari itu seorang marketing harus selalu menjaga penampilannya agar tetap rapi, agar calon nasabah itu dapat dengan mudah mengenali kita dan mengubah pandangannya menjadi positif terhadap produk atau jasa yang kita tawarkan.⁸³

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa penampilan fisik merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan pembiayaan murabahah pada bank Syariah Indonesia KCP Barru, karena hal tersebut yang paling utama dan sangat berperan penting dalam melakukan penjualan. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Zainuddin selaku nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru sebagai berikut :

⁸³Awi, Marketing di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 01 November 2022

pihak BSI selalu menggunakan pakaian yang rapi ketika melakukan penjualan atau menawarkan produk-produknya. Hal itulah yang membuat saya percaya dan tertarik untuk menjadi nasabah pembiayaan murabahah.⁸⁴

Berdasarkan wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru benar menggunakan pakaian yang rapi ketika melakukan penjualan atau menawarkan produk-produknya kepada masyarakat.

b. Sifat-sifat individu

Dalam dunia perbankan seorang marketing ataupun pegawai lainnya harus memiliki sifat disiplin, pantang menyerah, integritas, dan semangat. Memiliki sifat-sifat tersebut akan berpengaruh terhadap meningkatnya penjualan, maka sangat penting bagi marketing memiliki sifat-sifat tersebut. Hal ini dinyatakan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru sebagai berikut :

Seorang marketing ataupun pegawai lainnya harus memiliki sifat disiplin, pantang menyerah, integritas, dan semangat. Memiliki sifat-sifat tersebut akan berpengaruh terhadap meningkatnya penjualan, maka sangat penting bagi marketing memiliki sifat-sifat tersebut.⁸⁵

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Awi yang merupakan marketing di Bank Syariah Indonesia KCP Barru mengatakan :

Sifat-sifat yang harus dimiliki seorang marketing itu ramah, sabar, jujur, disiplin, pantang menyerah, dan semangat. Sebagai seorang marketing harus memiliki sifat-sifat tersebut agar penjualan produk selalu meningkat.⁸⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa sifat-sifat individu sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan produk-produk yang

⁸⁴Zainuddin, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

⁸⁵Muhammad Hasrani Said, *Branch Manager BSI KCP Barru*, wawancara pada tanggal 04 November 2022.

⁸⁶Awi, Marketing di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 01 November 2022

ada di Bank Syariah Indonesia KCP Barru khususnya produk pembiayaan murabahah.

c. Kemampuan Presentasi

Dalam dunia perbankan presentasi merupakan bentuk penjualan berbasis massa, digunakan untuk menyampaikan dan mengomunikasikan produk atau jasa, manfaat produk atau jasa, dan mampu menjawab pertanyaan dari calon nasabah. Kemampuan presentasi itu sangat penting dalam dunia marketing karena melalui presentasi kita dapat menjelaskan produk-produk serta kelebihan-kelebihan dari produk tersebut. Kemampuan presentasi yang harus dimiliki oleh seorang marketing yaitu kemampuan berkomunikasi, menguasai *public speaking*, kemampuan analisis, kreativitas tinggi, dan menguasai teknologi. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Najamuddin selaku Customer Sales Executive (CSE) di BSI KCP Barru sebagai berikut :

Kemampuan presentasi yang harus dimiliki oleh seorang marketing yaitu kemampuan berkomunikasi, menguasai *public speaking*, kemampuan analisis, kreativitas tinggi, dan menguasai teknologi. Kemampuan presentasi itu sangat penting dalam dunia marketing karena melalui presentasi kita dapat menjelaskan produk-produk serta kelebihan-kelebihan dari produk tersebut yang ada di BSI KCP Barru.⁸⁷

Adapun yang harus dipersiapkan sebelum presentasi yaitu menyiapkan materi berupa produk-produk yang akan di jelaskan dalam bentuk slide dan menyiapkan alat-alat penunjang seperti proyektor, laptop, speaker, dan lain-lain. Selain itu, seorang marketing juga harus menguasai atau memahami produk- produk yang ada di BSI KCP Barru agar memudahkan saat menjawab pertanyaan-pertanyaan

⁸⁷S. Najamuddin, Customer Sales Executive (CSE) di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 31 Oktober 2022

dari calon nasabah. Hal ini dikatakan oleh Bapak Awi yang merupakan marketing di Bank Syariah Indonesia KCP Barru :

Sebelum melakukan presentasi terlebih dahulu menyiapkan materi berupa produk-produk yang akan di jelaskan dalam bentuk slide dan menyiapkan alat-alat penunjang seperti proyektor, laptop, speaker, dan lain-lain. Selain itu, kami juga harus menguasai atau memahami produk- produk yang ada di BSI KCP Barru agar memudahkan saat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari calon nasabah.⁸⁸

Dalam meningkatkan produk Bank Syariah Indonesia KCP Barru khususnya pembiayaan murabahah, pihak BSI KCP Barru sering menawarkan produk-produknya kepada masyarakat dengan cara mendatangi langsung calon nasabah. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Abdullah yang merupakan nasabah BSI KCP Barru :

Sebelum saya menjadi nasabah pembiayaan murabahah di BSI KCP Barru, saya di datangi langsung oleh pihak BSI di kantor saya bekerja dan di jelaskan mengenai produk-produknya dan pada akhirnya saya tertarik mengambil pembiayaan murabahah.⁸⁹

Hal serupa juga dikatakan oleh Ibu Husnul Khatimah yang merupakan nasabah pembiayaan murabahah di BSI KCP Barru :

Saya sering dikunjungi oleh pihak BSI dan diperkenalkan mengenai produk-produknya. Awalnya saya belum tertarik, namun setelah dijelaskan lebih luas akhirnya saya tertarik mengambil pembiayaan murabahah.⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa kemampuan presentasi sangat berperan penting dalam meningkatkan pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru.

⁸⁸Awi, Marketing di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 01 November 2022

⁸⁹Abdullah, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 04 November 2022

⁹⁰Husnul Khatimah, Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Barru, wawancara pada tanggal 03 November 2022

B. Pembahasan

1. Bentuk *Selling Skill* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Baru

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di Bank Syariah Indonesia KCP Baru mengenai bentuk *selling skill* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Baru yaitu kemampuan komunikasi, kemampuan negosiasi dan kemampuan presentasi.

a. Kemampuan Komunikasi

Kemampuan komunikasi merupakan kemampuan komunikasi yang mengacu pada kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif. Kemampuan ini mencakup hal-hal seperti pengetahuan tentang peran lingkungan (konteks) dalam mempengaruhi hubungan (kontent) dalam bentuk pesan komunikasi.⁹¹ Dalam dunia bisnis perbankan kemampuan komunikasi ini sangatlah penting untuk dimiliki oleh manager bank dan semua karyawan baik itu marketing, teller, customer servis, maupun satpam. Tujuan dari kemampuan berkomunikasi ini yaitu untuk membangun hubungan yang baik antara sesama pebisnis, bukan hanya hubungan antara sesama karyawan di bank tetapi juga hubungan antara karyawan bank dengan calon nasabah.

Komunikasi krusial juga perlu dibentuk untuk menjalin hubungan antara bisnis dengan para pelanggannya. Hal ini dimaksudkan sebagai sarana untuk mengetahui cara berkomunikasi dengan pelanggan dan menciptakan target penjualan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Adapun cara yang efektif menjalin komunikasi dengan pelanggan yaitu dengan memberikan kesan yang baik kepada

⁹¹Joseph A Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group, 2011), h. 25

pelanggan, menebar senyuman dan menjalin komunikasi dengan ramah, menggunakan kalimat yang mudah untuk dipahami.

b. Kemampuan Negosiasi

Negosiasi merupakan proses tawar-menawar dengan cara berunding untuk mencapai kesepakatan kedua belah pihak.⁹² Dalam dunia bisnis perbankan tentunya ada kerjasama antara bank dengan perusahaan, institusi, dan lain-lain pastinya terjadi proses tawar-menawar. Di Bank Syariah Indonesia KCP Baru ada namanya pembiayaan murabahah, calon nasabah sebelum mengambil pembiayaan murabahah akan melakukan akad disitulah terjadi negosiasi antara pihak bank dengan nasabah. Maka dari itu sangat penting bagi pihak bank mempunyai kemampuan bernegosiasi agar calon nasabah itu tidak berubah pikiran untuk mengambil pembiayaan tersebut.

c. Kemampuan Presentasi

Presentasi adalah sebuah kegiatan aktif yang mana disini seorang pembicara akan menyampaikan serta mengkomunikasikan ide dan juga informasi kepada sekelompok orang.⁹³ Dalam dunia perbankan seorang marketing akan menyampaikan atau menginformasikan produk-produknya agar dikenali oleh masyarakat. Bank Syariah Indonesia KCP Baru mempunyai banyak produk baik itu produk penghimpunan dana maupun produk penyaluran dana. Melalui kemampuan presentasi yang dimiliki oleh seorang marketing akan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Baru. BSI KCP Baru dalam mempresentasikan produknya mempunyai tips tersendiri yaitu dengan

⁹²Zulfa Ulanihu, *Strategi Bisnis Jack Advertising dengan Klien*, (Skripsi Sarjana: Universitas Brawijaya, 2013) h. 32

⁹³Erwin Sutomo, *9 Presentasi Kreatif dengan Power Point*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), h. 15

mempersiapkan dan menguasai materi produk yang akan disampaikan, mempersiapkan proyektor yang dibutuhkan, membagikan brosur sebelum presentasi dimulai, dan membuka sesi tanya jawab setelah mempresentasikan produknya.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Pembiayaan Murabahah

Bank Syariah Indonesia KCP Baru merupakan bank yang baru beroperasi, sehingga masyarakat lebih banyak yang mengenal bank konvensional dibandingkan dengan Bank Syariah. Namun BSI KCP Baru selalu berusaha agar masyarakat mau berhijrah ke bank syariah. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Baru terbagi menjadi 2 bagian yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Penelitian ini sejalan dengan teori dari Nugroho J. Setiadi yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah adalah sebagai berikut :⁹⁴

a. Faktor Internal

1) Pelayanan

Sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Sistem pelayanan yang baik akan memuaskan nasabah dalam bertransaksi di bank syariah. Salah satu strategi yang tepat untuk mengetahui kemampuan Bank Syariah Indonesia KCP Baru dalam memuaskan nasabah adalah dengan mengupayakan sistem umpan balik yang memungkinkan bank dapat mengetahui langsung dari pelanggan itu sendiri, apakah mereka puas dengan

⁹⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), h.10

pelayanan-pelayanan bank dan harapan mereka tentang bagaimana seharusnya bank memberikan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas menurut perspektif nasabah.

2) Harga

Harga yang dimaksud disini yaitu harga jual yang ditetapkan oleh bank kepada nasabah dari harga pokok barang tersebut atau margin yang ditentukan oleh bank. Harga yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Barru untuk produk pembiayaan murabahah itu sendiri sangat membantu bagi masyarakat karena pihak bank syariah menawarkan margin yang kecil. Hal ini lah yang menjadi faktor meningkatnya jumlah pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Barru.

3) Promosi

Promosi merupakan cara memperkenalkan produk kepada masyarakat atau konsumen. Bank Syariah Indonesia KCP Barru selalu memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat dengan cara promosi. Hal ini dapat meningkatkan jumlah pembiayaan pada bank tersebut.

b. Faktor Eksternal

1. Faktor kepercayaan masyarakat

Faktor kepercayaan masyarakat merupakan hal yang sangat penting dalam dunia perbankan. Semakin banyak masyarakat yang percaya terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Barru maka semakin banyak juga nasabah untuk bertransaksi di bank tersebut. Maka dari itu Bank Syariah Indonesia KCP Barru harus selalu menjaga kepercayaan yang sudah didapatkan oleh nasabah terhadap bank tersebut agar nasabahnya semakin meningkat.

2. Pendapatan masyarakat

Ekspektasi masyarakat menyangkut perkiraan pendapatan yang diterima oleh masyarakat akan berpengaruh terhadap penempatan dananya pada bank dan hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada suatu bank.

3. Lokasi bank

Penentuan lokasi bank dimana bank akan beroperasi merupakan faktor yang sangat penting. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh yang sangat signifikan dalam aktivitas menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat akan meraih target pencapaian bank. Bank syariah Indonesia KCP Barru lokasinya sudah strategis, namun sistemnya dalam mempromosikan produk perlu ditingkatkan lagi agar nasabahnya semakin meningkat.

3. Peningkatkan Jumlah Pembiayaan Murabahah Melalui Peran *Selling Skill*

Setiap bank tentunya memiliki banyak produk, baik itu produk penghimpunan dana, penyaluran dana, maupun produk yang berkaitan dengan jasa. Bank Syariah Indonesia KCP Barru merupakan bank yang masih terbilang baru sehingga lebih banyak masyarakat yang mengenal bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah. Sehingga Bank Syariah Indonesia KCP Barru berharap mampu mengubah pola pikir masyarakat kota baru untuk berhijrah ke bank syariah. Untuk itulah *selling skill* sangat berperan penting dalam upaya meningkatkan pembiayaan murabahah di Bank Syariah Indonesia KCP Barru.

Apabila dikaitkan dengan teori dari Maharani Vinci yang menyatakan bahwa ada 3 indikator *selling skill* antara lain: penampilan fisik, sifat-sifat individu, dan kemampuan presentasi.⁹⁵ Dari hasil penelitian, ke tiga indikator tersebut berperan

⁹⁵Maharani Vinci, *Manajemen Bisnis*, h.121.

penting dalam meningkatkan pembiayaan murabahah. Karena penampilan fisik merupakan hal yang sangat penting yang seharusnya menjadi perhatian banyak orang, terutama para marketing. Penampilan yang rapi dapat memberikan efek positif ketika kita melakukan kegiatan penjualan, yaitu dapat menghidupkan situasi dan mengubah pandangan orang menjadi positif terhadap produk atau jasa yang kita pasarkan. Begitu juga dengan sifat-sifat individu, seorang marketing yang memiliki sifat ramah, sabar, jujur, disiplin, pantang menyerah dan integritas sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Serta kemampuan presentasi juga sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Karena melalui kemampuan presentasi marketing dapat dengan mudah menjelaskan kepada masyarakat mengenai produk-produk yang ada di bank syariah.

Menurut Alma, ada beberapa alasan yang mendorong diperlukannya mempelajari manajemen penjualan, diantaranya :⁹⁶

- a. Semua organisasi membutuhkan manajemen penjualan dengan berbagai aktivitas, tenaga penjual, peralatan, biaya dan sumber daya lainnya untuk menciptakannya.
- b. Kelemahan dalam bidang penjualan yang mempunyai dampak langsung dirasakan oleh organisasi.
- c. Terdapat banyak peluang karir yang bisa diperoleh oleh tenaga kerja perusahaan dalam bidang penjualan.
- d. Setiap orang dan organisasi pada prinsipnya adalah penjual.

Berdasarkan teori diatas dapat dikatakan bahwa sebuah organisasi atau perusahaan membutuhkan dorongan untuk mempelajari manajemen penjualan agar tenaga penjual/tenaga kerja bisa mempunyai karir yang bagus dalam bidang penjualan.

⁹⁶Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV Alfabeta, 2014), h. 132

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Adapun simpulan yang dapat ditarik dari uraian hasil penelitian dan pembahasan diatas adalah sebagai berikut :

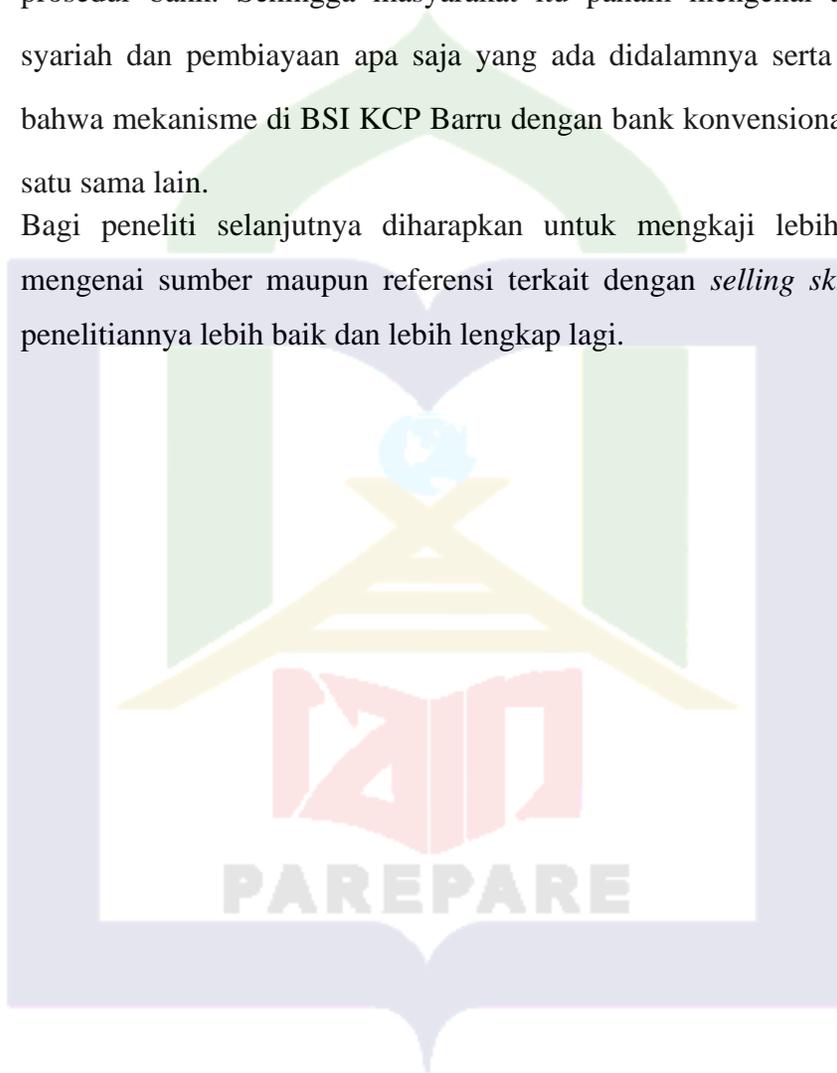
1. Bentuk *selling skill* yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru yaitu kemampuan komunikasi, kemampuan negosiasi, dan kemampuan presentasi.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internalnya terdiri dari pelayanan, harga, dan promosi. Sedangkan faktor eksternalnya terdiri dari faktor kepercayaan masyarakat, pendapatan masyarakat, dan lokasi bank.
3. Peran *selling skill* dalam meningkatkan pembiayaan murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru sudah terlaksana atau terealisasikan dengan baik. Hal ini karena melalui *selling skill* yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia KCP Barru nasabahnya semakin meningkat.

B. Saran

Adapun saran dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bentuk *selling skill* yang sudah diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Barru harus ditingkatkan lagi agar produk-produknya terus meningkat khususnya pembiayaan murabahah.

2. Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru perlu meningkatkan lagi sosialisasi kepada masyarakat dan menjelaskan secara detail terkait sistem yang ada di BSI KCP Barru dengan ketentuan-ketentuan yang termuat dalam prosedur bank. Sehingga masyarakat itu paham mengenai apa itu bank syariah dan pembiayaan apa saja yang ada didalamnya serta menjelaskan bahwa mekanisme di BSI KCP Barru dengan bank konvensional itu berbeda satu sama lain.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai sumber maupun referensi terkait dengan *selling skill* agar hasil penelitiannya lebih baik dan lebih lengkap lagi.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Abdullah, Thamrin, dan Tantri, Francis, *Bank dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta:Fajar interpratama Mandiri, 2017).

Ali, Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010).

Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV Alfabeta, 2014).

Anshori, Abdul Ghofur, *Hukum Perbankan Syariah*, (Bandung:Rafika Aditama, 2009).

Antonio, Muhammad Syafi'I, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, ke-19 (Jakarta:Gema Insani, 2012).

Aryanata, Nyoman Trisna, "Representasi Sosial Tentang Metroseksual" (Skripsi Sarjana; Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2010).

Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persaja, 2015).

Asiyah, Binti Nur, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta:Teras, 2014).

Ayub, Muhammad, *Understending Islamic Finance A-Z Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009).

Az-Zuhaili, Wahbah, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, cet. Ke-1 (Jakarta:Gema Insani, 2011).

Bachri, Bachtiar S. "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif," (Jurnal :Teknologi Pendidikan vol 10, no. 1, 2010).

Bahri, Syaeful, "*Manajemen dan Entrepreneurship*", ke-1 Serang:Puri Kartika Banjarsari, 2019.

Djuwaini, Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, cet. Ke-2 (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2010).

Fandi, Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang:Bayu Media, 2011)

Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan* (Jakarta:Erlangga, 2011).

Ifnudin, Muhammad, "Analisis Variasi Produk Dan Selling Skill Terhadap Keputusan Pembelian Bingkai Foto Pada Toko Terminal Foto Supply Pekanbaru" Skripsi Sarjana:Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2021.

Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta:Prenadamedia Group, 2011).

Jhon W. Best, *Research in Education* (America: Prentice Hall Inc, 1981)

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2004).

Komarlah, Aan dan Djam'an Satory, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017).

- Kurnia, Riza Dian, 2021, Bank Syariah Indonesia: Sejarah Merger, Saham, hingga Tujuan, <https://www.goala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia> (diakses pada tanggal 10 Januari 2022)
- Liu, Annie H. and Leach, Mark P. 2001. "Developing Loyal Customers With a Value-adding Salesforce: Examining Customer Satisfaction and The Perceived Credibility of Consultative Salespeople," *Journal of Personal Selling & Sales Management*", Vol. XXI.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012)
- Moleong Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011).
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014).
- Muslich, Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat*, cet. Ke-2 (Jakarta: Amzah, 2013).
- Pamungkas, Febrian Tristanto Widyatama, "Selling Skills dan Selling Process pada Tenaga Penjual/Agen Produk Tupperware di Salatiga" Skripsi Sarjana : Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, 2016.
- Riovita, Hendra, *Komunikasi Bisnis*, Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatera, 2016.
- Rustam, Bambang Rianto, *Perbankan Syariah (Akuntansi Pendanaan dan Pembiayaan)*, (Pekanbaru: Mumtaz Cendikia Adhitama, 2008).
- Sayooam, Gouzali, *Panduan Lengkap Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2006.
- Setiobudi, Bayuaji Darus, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Selling Skill Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Kasus Pada Pt. Asuransi Sinar Mas)" Skripsi Sarjana: Universitas Diponegoro Semarang, 2007.
- Siamat, Dahlan, *Manajemen Lembaga Keuangan.*, ke-4 (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2004).
- Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002).
- Susanto, Buhranudin, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: UII PRESS, 2008).
- Suyanto, Sutinah Bagong, *Metode Penelitian Sosial*, ke-3 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007).
- Syafe'I, Rachmat, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001).
- Syifa'iyah, Arofatus, "Pelaksanaan Pengawasan Kinerja Sumber Daya Manusia Devisi Front Desk Agent PT Sofyan Inn Grand Kalimas Hotel Syariah Surabaya" (Skripsi Sarjana; Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017).

- Umam, Khaerul, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung:Pustaka Setia, 2013).
- Umam, Khotibul, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016).
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan (Jakarta:Menteri Sekretaris Negara Republik Indonesia, 1998).
- Vinci, Maharani, *Manajemen Bisnis*, Cetakan Pertama (Bandung:Sinar Baru Algensindo, 2009).
- Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005)



LAMPIRAN - LAMPIRAN



	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : TUTIK RODHIANA
 NIM : 18.2300.012
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : PERBANKAN SYARIAH
 JUDUL : PERAN *SELLING SKILL* DALAM MENINGKATKAN
 PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK
 SYARIAH INDONESIA KCP BARRU

PEDOMAN OBSERVASI

No	Hal-Hal yang Diobservasi	Hasil Observasi	
		Ya	Tidak
1	Tata cara berpakaian dalam melakukan penjualan telah ditetapkan sesuai dengan aturan yang ada	✓	
2	Jadwal penjualan telah ditetapkan sesuai dengan hari-hari yang telah diatur oleh manajemen kantor	✓	

3	Ada persiapan sebelum melakukan penjualan	✓	
4	Marketing memiliki sifat-sifat individu dalam melakukan penjualan	✓	
5	Marketing memiliki keahlian dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk	✓	
6	Marketing memiliki kemampuan presentasi dalam melakukan penjualan	✓	
7	Marketing mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dalam meningkatkan pembiayaan murabahaah	✓	
8	Marketing mengetahui peluang dan tantangan dalam meningkatkan pembiayaan murabahah	✓	
9	Marketing mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah peningkatan pembiayaan murabahah	✓	
10	Marketing memiliki kemampuan komunikasi	✓	
11	Marketing memiliki kemampuan bernegosiasi	✓	

PEDOMAN WAWANCARA

1. Pertanyaan untuk Pihak Bank

a. Penampilan Fisik

1. Apakah ada ketentuan berpakaian dalam melakukan penjualan, jika ada ketentuan seperti apakah itu ?

2. Apakah ada hari tertentu yang sudah ditetapkan untuk melakukan penjualan ?
3. Apa saja yang harus dipersiapkan sebelum melakukan penjualan ?

b. Sifat-sifat Individu

1. Sifat-sifat seperti apakah yang harus dimiliki oleh seorang marketing dalam melakukan penjualan ?
2. Keahlian seperti apakah yang harus dimiliki oleh seorang marketing dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?
3. Adakah perbedaan keahlian dari marketing dalam menawarkan produk pembiayaan dengan produk penghimpunan/jasa ?

c. Kemampuan Presentasi

1. Kemampuan presentasi seperti apa yang harus dimiliki oleh seorang marketing dalam melakukan penjualan ?
2. Apa saja yang harus dipersiapkan sebelum melakukan presentasi ?
3. Mengapa kemampuan presentasi itu penting dalam dunia marketing ?
4. Apa saja kendala yang dihadapi oleh marketing dalam meningkatkan pembiayaan murabahah ?
5. Bagaimana peluang dan tantangan dalam meningkatkan pembiayaan murabahah ?
6. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah peningkatan pembiayaan murabahah pada BSI KCP Baru ?

2. Pertanyaan untuk Pihak Nasabah

4. Apakah marketing BSI berpakaian sesuai dengan ketentuan dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?
5. Menurut bapak/ibu bagaimana sifat-sifat seorang marketing dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?
6. Dimana bapak/ibu mendapatkan informasi mengenai pembiayaan murabahah ?
7. Pernahkah bapak/ibu mengikuti sosialisasi dari pihak BSI ?

8. Menurut bapak/ibu bagaimana marketing BSI dalam mempersentasikan tentang pembiayaan murabahah ?
9. Menurut bapak/ibu bagaimana kemampuan komunikasi yang dimiliki oleh marketing BSI ?
10. Menurut bapak/ibu bagaimana kemampuan negosiasi yang dimiliki oleh marketing BSI ?
11. Mengapa bapak/ibu tertarik untuk menggunakan pembiayaan murabahah di BSI?
12. Kapan bapak/ibu mulai menggunakan pembiayaan murabahah ?

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 05 September 2022

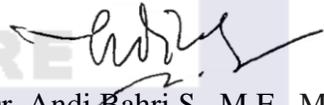
Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

NIP. 19710208 200112 2 002


Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I.

NIP. 19781101 200912 1 003

TRANSKRIP WAWANCARA

Nama : S. Najamuddin

Hari/tanggal : 31 Oktober 2022

Lokasi : Bank Syariah Indonesia KCP Barru

1. P : Apakah ada ketentuan berpakaian dalam melakukan penjualan, jika ada ketentuan seperti apakah itu ?

J : kalau mengenai ketentuan berpakaian itu ada, mengenai cara berpakaian itu tentunya harus rapi dan bersih, sepatu yang bersih dan mengkilat, potongan rambut yang rapi. Hari senin itu kami menggunakan baju batik lengan panjang, kalau hari selasa baju formal, hari rabu batik lengan pendek, Kamis sampai jum'at itu menggunakan baju kasual.

2. P : Apakah ada hari tertentu yang sudah ditetapkan untuk melakukan penjualan ?

J : kalau untuk penjual itu kita tiap hari, memang kalau kerjanya ee disinikan sistem bisnis yaa memang harus melakukan penjualan tiap hari, mulai dari senin sampai jum'at itu sebenarnya hari Sabtu dan Minggu itu pun kita pake untuk melakukan penjualan apalagi kalau diakhir-akhir bulan.

3. P : Apa saja yang harus dipersiapkan sebelum melakukan penjualan ?

J : apa saja yang dipersiapkan sebelum melakukan penjualan yang pertama yang jelas itu brosur kita persiapkan karna itu yang paling pertama, kemudian karkulator dan karna biasa ada yang bertanya diluar brosur itu, kan brosur itu tidak mungkin kita cantumkan semua begitu.

4. P : Sifat-sifat seperti apakah yang harus dimiliki oleh seorang marketing dalam melakukan penjualan ?

J : yang pertama itu yang pasti ramah, pintar-pintar menggombal hehehe.

5. P : Keahlian seperti apakah yang harus dimiliki oleh marketing dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?

J : selalu mencari solusi, mencari solusi segala kebutuhan finansialnya nasabah.

6. P : Adakah perbedaan keahlian dari seorang marketing dalam menawarkan produk pembiayaan dengan produk penghimpunan dana ?

J : saya rasa sih sama saja, karna intinya kan bagaimana bisa mendapatkan nasabah.

7. P : Kemampuan presentasi seperti apa yang harus dimiliki oleh seorang marketing dalam melakukan penjualan ?

J : yang pertama itu kita bahas mengenai perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional, terus menjelaskan plus minusnya.

8. P : Apa saja kendala yang dihadapi oleh seorang marketing dalam meningkatkan pembiayaan murabahah ?

J : kendala dalam meningkatkan pembiayaan yang pertama dari bank kompetitor terus pelayanan.

9. P : Bagaimana peluang dan tantangan dalam meningkatkan pembiayaan murabahah ?

J : kalau peluangnya itu kita sangat berpeluang sekali, karena khususnya daerah baru itu kan daerah religi tentunya mudah bagi mereka untuk memahami metode-metode yang ada di bank syariah ini. Sedangkan tantangannya yah itu tadi terkadang orang masih merasa bahwa yang manusiawi lah pasti yang murah begitulah.

Nama : Suharyudi Yanto

Hari/tanggal : 01 November 2022

Lokasi : Bank Syariah Indonesia KCP Barru

1. P : Apakah ada ketentuan berpakaian dalam melakukan penjualan, jika ada ketentuan seperti apakah itu ?

J : kalau mengenai ketentuan berpakaian ada tentunya harus rapi, sopan, dan sesuai dengan syariat islam. Hari senin itu menggunakan baju batik lengan

panjang, hari selasa baju formal, hari rabu batik lengan pendek, kamis sampai jum'at menggunakan baju kasual.

2. P : Apakah ada hari tertentu yang sudah ditetapkan untuk melakukan penjualan ?

J : kalau penjuan itu setiap hari kami selalu melakukan penjualan, bahkan selain hari kantor kami pun melakukan penjualan.

3. P : Apa saja yang harus dipersiapkan sebelum melakukan penjualan ?

J : sebelum melakukan penjualan terlebih dahulu kami mempersiapkan strategi penjual, brosur dan konten berupa produk.

4. P : Sifat-sifat seperti apakah yang harus dimiliki oleh marketing dalam melakukan penjualan ?

J : seorang marketing yah harus memiliki sifat ramah, disiplin, pantang menyerah, integritas, dan semangat.

5. P : Kemampuan presentasi seperti apa yang harus dimiliki oleh marketing dalam melakukan penjualan ?

J : Kemampuan presentasi yang harus dimiliki oleh seorang marketing yaitu kemampuan berkomunikasi, menguasai *public speaking*, kemampuan analisis, kreativitas tinggi, dan menguasai teknologi.

6. P : Apa saja yang harus dipersiapkan sebelum melakukan presentasi ?

J : Sebelum melakukan presentasi yah menyiapkan materi dulu, materinya berupa produk-produk yang nantinya itu di jelaskan dalam bentuk slide dan menyiapkan alat-alat penunjang seperti proyektor, laptop, speaker, dan lain-lain.

7. P : Bagaimana peluang dan tantangan dalam meningkatkan pembiayaan murabahah ?

J : sangat berpeluang sekali, kan masyarakat daerah barru ini merupakan daerah religi sehingga mudah untuk memahami metode-metode yang ada di bank syariah. Sedangkan tantangannya yaitu persaingan antar bank yang semakin ketat.

10. P : Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pembiayaan murabahah pada BSI KCP Baru ?

J : Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah peningkatan pembiayaan murabahah yaitu terdiri dari faktor internal dan eksternal. Faktor internalnya terdiri dari pelayanan, harga, dan promosi. Sedangkan faktor eksternalnya terdiri dari faktor kepercayaan masyarakat, pendapatan masyarakat, dan lokasi bank.

Nama : Awi

Hari/tanggal : 01 November 2022

Lokasi : Bank Syariah Indonesia KCP Baru

1. P : Apakah ada ketentuan berpakaian dalam melakukan penjualan, jika ada ketentuan seperti apakah itu ?

J : yang jelas paling tidak kan butuh kerapian biar calon nasabah nantinya ini lebih yakin toh. Kalau rapi kan secara psikologis dapat mempengaruhi calon nasabah itu.

2. P : Apakah ada hari tertentu yang sudah ditetapkan untuk melakukan penjualan ?

J : oh kalau misalnya marketing itu bebas sebenarnya, bisa jadi diluar jam kantor bisa juga melakukan penjualan.

3. P : Apa saja yang harus dipersiapkan sebelum melakukan penjualan ?

J : yah tentunya ada strategi-strategi yang harus dikuasai yang pertama itu yah paling tidak metode-metode, terus yang kedua harus dikuasai kontennya, kontennya itu berupa produk-produknya toh.

4. P : Sifat-sifat seperti apakah yang harus dimiliki oleh seorang marketing dalam melakukan penjualan ?

J : tentu hambel, disiplin juga, yah komunikatif .

5. P : Keahlian seperti apakah yang harus dimiliki oleh seorang marketing dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?

J : Keahlian yah paling tidak itu tadi strategi-strategi marketing harus dikuasai. Yang pertama bagaimana metode-metodenya, terus pendekatan.

6. P : Kemampuan presentasi seperti apa yang harus dimiliki oleh marketing dalam melakukan penjualan ?

J : Kemampuan presentasi yang harus dimiliki oleh seorang marketing itu kemampuan berkomunikasi, menguasai *public speaking*, kemampuan analisis, kreativitas tinggi, dan menguasai teknologi.

7. P : Apa saja yang harus dipersiapkan sebelum melakukan presentasi ?

J : Sebelum melakukan presentasi itu terlebih dahulu menyiapkan materi berupa produk-produk yang akan di jelaskan dalam bentuk slide dan menyiapkan alat-alat penunjang seperti proyektor, laptop, speaker, dan lain-lain.

8. P : Apa saja kendala yang dihadapi oleh marketing dalam meningkatkan pembiayaan murabahah ?

J : yah kendalanya itu tadi sekarang jaman banyak sekali yang diistilahkan sama orang itu anu apalagi istilahnya sobis-sobis toh. Nah itu biasa kalau di telpon oleh marketing na kira sobis.

Nama : Zainuddin. J

Hari/tanggal : 03 November 2022

Lokasi : Bank Syariah Indonesia KCP Barru

1. P : Apakah marketing BSI berpakaian sesuai dengan ketentuan dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?

J : Iya, marketing BSI selalu berpakaian rapi dan sesuai ketentuan.

2. P : Menurut bapak/ibu bagaimana sifat-sifat marketing dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?

J : Sifat marketing dalam melakukan penjualan sifatnyanya ramah.

3. P : Dimana bapak/ibu mendapatkan informasi mengenai pembiayaan murabahah ?

J : dari teman, karna katanya syariah itu lebih murah dari pada bank konvensional.

4. P : Pernahkah bapak/ibu mengikuti sosialisasi dari pihak BSI ?

J : kalau sosialisasi belum pernah.

5. P : Menurut bapak/ibu bagaimana marketing BSI dalam mempersentasikan tentang pembiayaan murabahah ?

J : sangat bagus dan mudah untuk dipahami.

6. P : Mengapa bapak/ibu tertarik untuk menggunakan pembiayaan murabahah di BSI?

J : eh karna berbasis syariah.

7. P : Kapan bapak/ibu mulai menggunakan pembiayaan murabahah ?

J : sejak BSI KCP Barru mulai beroperasi.

Nama : Husnul Khatimah

Hari/tanggal : 03 November 2022

Lokasi : Bank Syariah Indonesia KCP Barru

1. P : Apakah marketing BSI berpakaian sesuai dengan ketentuan dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?

J : Ya, marketing BSI selalu berpakaian rapi.

2. P : Menurut bapak/ibu bagaimana sifat-sifat marketing dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?

J : Sifatnya itu sangat ramah

3. P : Dimana bapak/ibu mendapatkan informasi mengenai pembiayaan murabahah ?

J : marketingnya datang langsung ketempat saya untuk menawarkan produk-produk bank syariah

4. P : Pernahkah bapak/ibu mengikuti sosialisasi dari pihak BSI ?

J : kalau saya belum pernah

5. P : Menurut bapak/ibu bagaimana marketing BSI dalam mempersentasikan tentang pembiayaan murabahah ?

J : emm bagus dan mudah juga dipahami.

6. P : Mengapa bapak/ibu tertarik untuk menggunakan pembiayaan murabahah di BSI?

J : saya tertarik meggunakan pembiayaan murabahah karena sistemnya mudah

7. P : Kapan bapak/ibu mulai menggunakan pembiayaan murabahah ?

J : Saya mulai menggunakan pembiayaan murabahah itu sejak BSI KCP Barru ini mulai beroperasi.

Nama : Muhammad Hasrani Said

Hari/tanggal : 04 November 2022

Lokasi : Bank Syariah Indonesia KCP Barru

1. P : Apakah ada ketentuan berpakaian dalam melakukan penjualan, jika ada ketentuan seperti apakah itu ?

J : Ada, mengenai cara berpakaian harus rapi dan bersih sesuai dengan ketentuan, sepatu yang bersih dan mengkilat, potongan rambut yang rapi. Adapun ketentuan berpakaian dalam melakukan penjualan yaitu hari senin menggunakan baju batik lengan panjang, hari selasa baju formal, hari rabu batik lengan pendek, Kamis sampai jum'at menggunakan baju kasual.

2. P : Apakah ada hari tertentu yang sudah ditetapkan untuk melakukan penjualan ?

J : Tidak ada, setiap hari kami selalu melakukan penjualan.

3. P : Apa saja yang harus dipersiapkan sebelum melakukan penjualan ?

J : sebelum melakukan penjualan ada beberapa hal yang harus dipersiapkan terlebih dahulu yaitu strategi penjual, brosur dan konten berupa produk. Hal ini dapat memudahkan masyarakat untuk memahami produk/jasa yang ditawarkan sehingga calon nasabah tertarik untuk menggunakan produk/jasa tersebut.

4. P : Sifat-sifat seperti apakah yang harus dimiliki oleh marketing dalam melakukan penjualan ?

J : disiplin, pantang menyerah, kemudian integritas, dan semangat itu sifat yang harus dimiliki

5. P : Keahlian seperti apakah yang harus dimiliki oleh seorang marketing dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?

J : Keahliannya yang pertama *communication skill*, kemudian ada namanya *negotiation skill*, dan *selling skill* begitu.

6. P : Kemampuan presentasi seperti apa yang harus dimiliki oleh marketing dalam melakukan penjualan ?

J : Kemampuan presentasi yang harus dimiliki oleh seorang marketing itu kemampuan berkomunikasi, menguasai *public speaking*, kemampuan analisis, kreativitas tinggi, dan menguasai teknologi.

7. P : Bagaimana peluang dan tantangan dalam meningkatkan pembiayaan murabahah ?

J : Peluangnya yang pertama adalah jumlah calon nasabah yang ingin hijrah ke bank syariah itu besar, terus yang kedua tingkat kesadaran masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah itu sudah semakin meningkat, terus peluangnya lagi untuk di kota Barru bank syariah ini ikan masih terbilang baru sehingga biasanya masyarakat itu akan lebih condong ingin mencoba di bank yang baru. Kemudian tantangannya adalah yah persaingan antar bank yang semakin ketat iyakan, kemampuan dan keahlian marketing itu juga merupakan suatu tantangan dalam meningkatkan suatu penjualan.

Nama : Abdullah

Hari/tanggal : 04 November 2022

Lokasi : Bank Syariah Indonesia KCP Barru

1. P : Apakah marketing BSI berpakaian sesuai dengan ketentuan dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?

J : Ya, marketing BSI selalu berpakaian rapi.

2. P : Menurut bapak/ibu bagaimana sifat-sifat marketing dalam melakukan penjualan atau menawarkan produk ?

J : Sifatnya sangat bagus,

3. P : Dimana bapak/ibu mendapatkan informasi mengenai pembiayaan murabahah ?

J : orangnya BSI datang langsung ke kantor saya menawarkan produk-produknya.

4. P : Pernahkah bapak/ibu mengikuti sosialisasi dari pihak BSI ?

J : belum pernah

5. P : Menurut bapak/ibu bagaimana marketing BSI dalam mempersentasikan tentang pembiayaan murabahah ?

J : pintar sekali, sangat bagus

6. P : Mengapa bapak/ibu tertarik untuk menggunakan pembiayaan murabahah di BSI?

J : tergiur dengan promosinya.

7. P : Kapan bapak/ibu mulai menggunakan pembiayaan murabahah ?

J : tanggal 28 oktober 2022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.4313/In.39.8/PP.00.9/10/2021
 Lampiran :-
 Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

11 Oktober 2021

Yth: **1. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.** (Pembimbing Utama)
2. Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Tutik Rodhiana
 NIM. : 18.2300.012
 Prodi. : Perbankan Syariah

Tanggal **26 Agustus 2021** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**PENGARUH SELLING SKILL TERHADAP PENINGKATAN PEMBIAYAAN BERBASIS
 KERJASAMA PADA BANK SYARIAH INDONESIA SIDRAP**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Dekan,

emil
 Muhammad Kamal Zubair

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

**BERITA ACARA
REVISI JUDUL SKRIPSI**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : TUTIK RODHIANA
N I M : 18.2300.012
Prodi : Perbankan Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

PENGARUH SELLING SKILL TERHADAP PENINGKATAN PEMBIAYAAN
BERBASIS KERJASAMA PADA BANK SYARIAH INDONESIA SIDRAP

Telah diganti dengan judul baru:

PERAN SELLING SKILL DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH
PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU BARRU

dengan alasan / dasar:

... karena tidak diberi izin meneliti di lokasi sebelumnya.

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 18 Januari 2023

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.

Mengetahui
Dekan.

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 197102082001122002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.4913/In.39.8/PP.00.9/010/2022
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI BARRU
 Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 Di
 KABUPATEN BARRU

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : TUTIK RODHIANA
 Tempat/ Tgl. Lahir : UPT I BETAO, 05 JANUARI 2001
 NIM : 18.2300.012
 Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH
 Semester : IX (SEMBILAN)
 Alamat : UPT I BETAO, KELURAHAN BETAO, KECAMATAN PITU
 RIAWA, KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN BARRU dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**PERAN SELLING SKILL DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH
 PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Oktober sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Parepare, 20 Oktober 2022
 Dekan,



Muhammad Hafid Muhammadun



PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Mal Pelayanan Publik Masiga Lt. 1-3 Jl. Iskandar Unru Telp. (0427) 21662, Fax (0427) 21410
<http://izinonline.barrukab.go.id> : e-mail : barrudpmpstpk@gmail.com Kode Pos 90711

Barru, 24 Oktober 2022

Nomor : 531/IP/DPMPSTP/X/2022
 Lampiran :
 Perihal : Izin/Rekomendasi Penelitian

Kepada
 Yth. Direktur BSI KCP Barru
 di-
 Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN ParePare Nomor : B.4913/In.39.8/PP.00.9/10/2022 tanggal 13 Oktober 2022 perihal tersebut di atas, maka Mahasiswa (i) / Peneliti / Dosen / Pegawai di bawah ini :

Nama : TUTIK RODHIANA
Nomor Pokok : 18.2300.012
Program Studi : Perbankan Syariah
Perguruan Tinggi : IAIN Pare-Pare
Pekerjaan : Mahasiswa (SI)
Alamat : Desa Betao Kec. Pitu Riawa Kab. Sidrap

Diberikan izin untuk melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Wilayah/Kantor Saudara yang berlangsung mulai tanggal 24 Oktober 2022 s/d 24 November 2022, dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

PERAN SELLING SKIL DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU

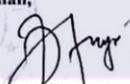
Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Kepala SKPD (Unit Kerja) / Camat, apabila kegiatan dilaksanakan di SKPD (Unit Kerja) / Kecamatan setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1(satu) eksampelar copy hasil penelitian kepada Bupati Barru Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Barru;
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Untuk terlaksananya tugas penelitian tersebut dengan baik dan lancar, diminta kepada Saudara (i) untuk memberikan bantuan fasilitas seperlunya.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan dipergunakan seperlunya.

a.n. Kepala Dinas,
 Kabid. Penyelenggaraan Pelayanan
 Perizinan,


FATMAWATI LEBU, SE
 Pangkat : Pembina, IV/a
 NIP. 19720910 199803 2 008

TEMBUSAN : disampaikan Kepada Yth.

1. Bapak Bupati (sebagai laporan);
2. Kepala Bappelitbangda Kab. Barru;
3. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Parepare;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Pertinggal.



PT Bank Syariah Indonesia Tbk
 Branch Office KCP Barru
 Perum Griya UBM Blok A.5
 Jl.A.A. Bau Massepe Ling Kel. Mangempang,
 Kec. Barru, Kab. Barru
 Indonesia
 Telp : 0427-3231741/3231755
 Fax : -
 www.bankbsi.co.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No. : 2/ 212 - 03/8072

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Amiruddin
 Jabatan : Branch Operations & Service Manager
 NIP : 2189008368

Menerangkan bahwa :

Nama : Tutik Rodhiana
 NIM : 18.2300.012
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

adalah benar telah melaksanakan penelitian perihal PERAN SELLING SKILL DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 24 November 2022

PT. Bank Syariah Indonesia
 Branch Office Barru

BSI BANK SYARIAH
 INDONESIA
 KCP Barru

Amiruddin
 Branch Operations & Service Manager

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : S. Najamuddin
Umur : 39
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Jabatan : CSE (Consumer Sales Executive)

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Tutik Rodhiana yang sedang melakukan penelitian dengan Judul Skripsi "**Peran Selling Skill dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31-oktober-2022

Yang Bersangkutan


(S. Najamuddin)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Awi

Umur : 30

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Jabatan : Marketing BSI

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Tutik Rodhiana yang sedang melakukan penelitian dengan Judul Skripsi "**Peran Selling Skill dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, di / November / 2022

Yang Bersangkutan

(..........)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suharyudi Yanto
Umur : 38
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Jabatan : CSE (Customer Sales Executive)

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Tutik Rodhiana yang sedang melakukan penelitian dengan Judul Skripsi “**Peran Selling Skill dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru**”.

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 01/November/2022

Yang Bersangkutan


(Suharyudi Yanto...)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ZAINUDDIN. J

Umur : 32 TAHUN

Jenis Kelamin : Laki - Laki

Agama : ISLAM.

Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Tutik Rodhiana yang sedang melakukan penelitian dengan Judul Skripsi "**Peran Selling Skill dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 03/November/2022

Yang Bersangkutan



(...ZAINUDDIN...)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Husnul Khatimah

Umur : 28

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Pekerjaan : Wiraswasta

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Tutik Rodhiana yang sedang melakukan penelitian dengan Judul Skripsi "**Peran Selling Skill dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 03/November/2022

Yang Bersangkutan


(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : *Muhammad Hasrini Said*
Umur : *42 tahun*
Jenis Kelamin : *Laki - laki*
Agama : *Islam*
Jabatan : *Branch Manager*

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Tutik Rodhiana yang sedang melakukan penelitian dengan Judul Skripsi "**Peran *Selling Skill* dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, *04* November / 2022

Yang Bersangkutan



(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abdullah

Umur : 51

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Pekerjaan : Pegawai Negeri

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Tutik Rodhiana yang sedang melakukan penelitian dengan Judul Skripsi "**Peran Selling Skill dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 04 November/2022

Yang Bersangkutan

(Abdullah.....)

DOKUMENTASI WAWANCARA

Foto 1. Wawancara dengan Bapak S. Najamuddin Selaku CSE (Customer Sales Executive) di BSI KCP Barru



Foto 2. Wawancara dengan Bapak Awi Selaku Marketing di BSI KCP Barru



Foto 3. Wawancara dengan Bapak Suharyudi Yanto Selaku CSE (Customer Sales Executive) di BSI KCP Barru



Foto 4. Wawancara dengan Bapak Muhammad Hasrani Said Selaku Branch Manager di BSI KCP Barru



Foto 5. Wawancara dengan Bapak Zainuddin. J Selaku Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Baru

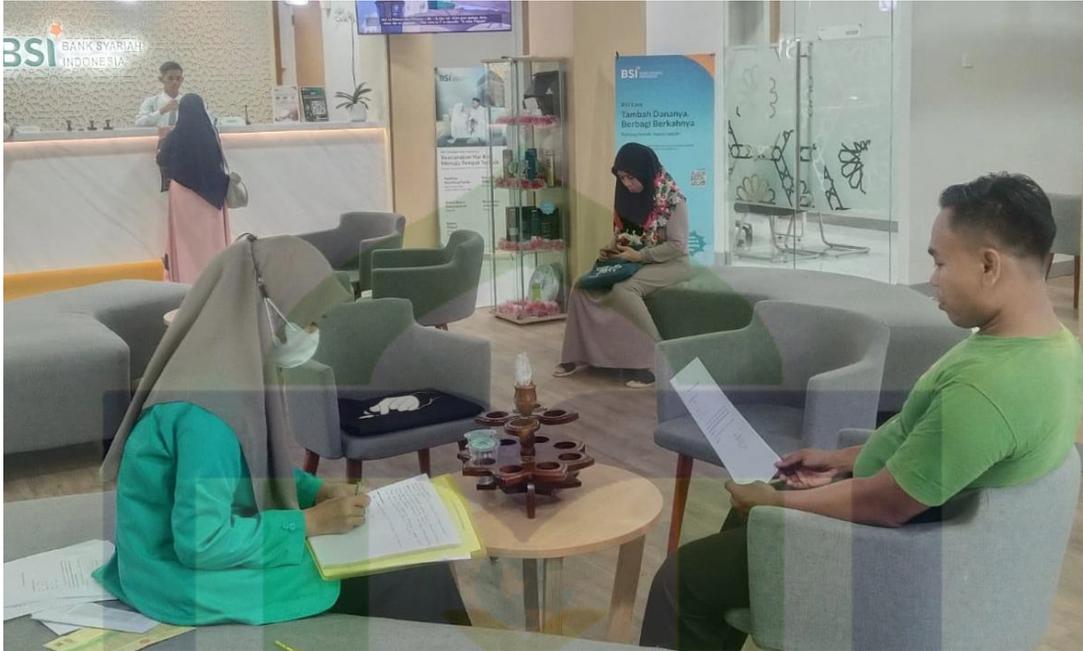


Foto 6. Wawancara dengan Bapak Abdullah Selaku Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Baru



Foto 7. Wawancara dengan Ibu Husnul Khatimah Selaku Nasabah Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Baru



BIODATA PENULIS



Nama lengkap Tutik Rodhiana, lahir pada 05 Januari 2001 di Desa Betao, Kecamatan Pitu Riawa, Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan. Anak pertama dari 2 bersaudara dari pasangan Bapak Safingi dan Ibu Nur khasanah. Penulis memulai pendidikan awal di Sekolah Dasar Negeri 05 Betao selesai pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pendidikan menengah di SMP Negeri 6 Dua Pitue selesai pada tahun 2015, serta melanjutkan pendidikan di MAN 2 Parepare selesai pada tahun 2018. Setelah itu, penulis melanjutkan kejenjang perguruan tinggi tepatnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tahun 2018 dengan memilih program studi Perbankan Syariah, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selama menempuh perkuliahan penulis juga pernah bergabung menjadi anggota dari Mahasiswa Islam Sidenreng Rappang Indonesia (MASSIDDI). Sebagai tugas akhir penulis menyusun skripsi dengan judul “Peran *Selling Skill* dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Barru”.