

**IMPLEMENTASI NILAI KHILAFAH KARYAWAN MARKETING  
PADA PT. PANIN BANK SYARIAH Tbk. KANTOR CABANG  
MALANG**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Kepada :  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)



Oleh :  
**SEPTIAN DWI HIDAYAT**  
**NIM: 10530010**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA (D-III) PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2014**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**IMPLEMENTASI NILAI KHILAFAH KARYAWAN MARKETING  
PADA PT. PANIN BANK SYARIAH Tbk. KANTOR CABANG  
MALANG**

**TUGAS AKHIR**

Oleh

**SEPTIAN DWI HIDAYAT**

NIM : 11530010

Telah Disetujui 12 September 2014

Dosen Pembimbing,

**Segaf, SE.,Msc.**

NIDN. 0715027601

Mengetahui,

Ketua Program Studi  
Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

**IrmayantiHasan, ST., MM.**

NIP. 197705062003122001

## LEMBAR PENGESAHAN

### IMPLEMENTASI NILAI KHILAFAH KARYAWAN MARKETING PADA PT. PANIN BANK SYARIAH Tbk.KANTOR CABANG MALANG

#### TUGAS AKHIR

Oleh

**SEPTIAN DWI HIDAYAT**

NIM : 11530010

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)  
Pada 17 September 2014

#### Susunan Dewan Penguji

#### Tanda Tangan

1. Ketua

**Irmayanti Hasan, ST., MM.**

NIP. 197705062003122001

( )

2. Dosen Pembimbing/Sekretaris

**Segaf, SE., Msc.**

NIDN. 0715027601

( )

3. Penguji Utama

**Hj. Umrotul Khasanah, S.Ag, M.Si**

NIP. 196702271998032001

( )

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah

**Irmayanti Hasan, ST., MM.**

NIP. 197705062003122001

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Septian Dwi Hidayat

NIM : 11530010

Alamat : Jl. Kamboja Gang 1 No. 104 TanggulKulonJember

Menyatakan bahwa “**Tugas Akhir**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan pada Program Studi Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

**IMPLEMENTASI NILAI KHILAFAH KARYAWAN MARKETING PADA PT. PANIN BANK SYARIAH Tbk.KANTOR CABANG MALANG.**

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing, Penguji atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Malang, 18 Juni 2014

Hormat saya,

Septian Dwi Hidayat

NIM. 11530010

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Karya Tulis ini saya persembahkan khusus kepada :**

**H. Ahmad Karnoto**

**Hj. Iswatun Hasanah**

**Mitha Dyah Kartika**

**Dinda Putri Amelia**

**Terimakasih atas segalanya**



**MOTTO**

**GREAT THINGS NEVER CAME FROM COMFORT ZONES.**



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil 'alamiin*, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “IMPLEMENTASI NILAI KHILAFAH KARYAWAN MARKETING PADA PT. PANIN BANK SYARIAH Tbk. KANTOR CABANG MALANG.”

Shalawat beriringan salam selalu kita limpahkan kepada keagungan dan kebesaran Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabatnya, dan pengikut-pengikutnya. Beliau telah mempertaruhkan segala nikmat yang diberikan Allah SWT guna menggeser moral manusia dengan NuruIllahi untuk mempercerah peran manusia di muka bumi.

Adapun tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat guna mendapatkan gelar Ahli Madya Program Studi Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan laporan penelitian Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapakan kritik serta saran yang membangun guna menyempurnakan penelitian Tugas Akhir ini dan dapat menjadi acuan dalam menyusun tugas-tugas selanjutnya.

Ucapan terimakasih penyusun disampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

2. Bapak Dr. H. Salim Al-Idrus, MM.,M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Segaf,SE.,M.sc. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan motivasi dan arahan dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
4. Bapak atau Ibu Dosen dan seluruh Staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Bapak Eko Rohmat Ferdiansyah selaku kepala cabang PT. PANIN BANK SYARIAH Tbk. Kantor Cabang Malang yang telah memberikan izin untuk penelitian Tugas Akhir ini.
6. Bapak H. Achmad Karnoto dan Ibu Hj. Iswatun Hasanah selaku Bapak dan Ibu tercinta beserta Mbak Mitha, Adik Melly saudara-saudariku tersayang yang telah memberikan doa, semangat dan dorongan yang selalu mengiringi langkah penulis selama melakukan penelitian dan penulisan tugas akhir.
7. Teman-teman seperjuangan D-III PerbankanSyariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2011 yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam penyelesaian penulisan tugas akhir ini.
8. Seorang terkasih yang selalu setia, tidak kenal lelah dan terus mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan penelitian Tugas Akhir ini.

Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang selama ini telah menemani langkah perjuangan ini hingga sampai detik ini.

Sebagai penutup, penulis berharap semoga penyusunan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi seluruh pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya.

Semoga apa yang kita kerjakan selama ini menjadi amal kita di hadapan Allah  
SWT. Amin.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teoritis .....	12
2.2.1 Konsep Nilai .....	13
1. Pengertian nilai .....	12
2. Khilafah .....	13
2.2.2 Konsep Nilai Khilafah .....	17
2.2.3 Bank Umum Syariah . .....	19
1. Pengertian Bank Umum Syariah .....	19
2. Fungsi dan Manfaat Bank Syariah . .....	19
3. Perbedaan Bank Umum dengan Bank Konvensional. ....	21
2.2.4 Marketing. ....	23

1. Pengertian Marketing.....	23
2. Tugas dan Kewajiban Marketing.....	24
3. Lingkungan Pemasaran (marketing) Bank Syariah. ....	25

**BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1 Lokasi Penelitian.....	30
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	30
3.3 Subjek Penelitian.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Sumber Data.....	33
3.6 Model Analisis Data.....	34

**BAB IV : PAPARAN HASIL PENELITIAN**

4.1.Paparan Data Hasil Penelitian	
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.1.2 Visi Misi PT. Panin Bank Syariah Tbk. Cabang Malang. ....	37
4.1.3 Struktur Organisasi.....	38
4.1.4 Pelaksanaan Manajemen.....	40
4.2.Pembahasan Data Hasil Penelitian.....	51
4.2.1. Situasi Lingkungan Kerja.....	51
4.2.2. Nilai-nilai Khilafah.....	54
4.2.3. Implementasi Nilai Khilafah Pada Karyawan Marketing.....	61
4.2.4. Upaya PT. Panin Bank Syariah Dalam Menjamin Implementasi Nilai Khilafah Oleh Karyawan Marketingnya.....	67

**BAB V : PENUTUP**

5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran.....	71

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>
----------------------------	-----------

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## Daftar Tabel

Tabel 2.1 Tabel Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2.2 Tabel Perbedaan dan Persamaan Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Tabel Perbedaan Bank Umum Syariah dengan Bank Umum Konvensional...	22
Tabel 3.2 Tabel Perbedaan Prinsip Antara Sistem Bunga dengan Sistem Bagi Hasil.....	23



## ABSTRAK

Dwi Hidayat, Septian. 2014. Tugas Akhir. Judul : “Implementasi Nilai Khilafah Pada Karyawan Marketing PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang”

Pembimbing :Segaf, SE.,M.sc

Kata Kunci :Nilai Khilafah, Marketing, Implementasi.

---

Nilai-nilai Khilafah yang berasal dari Nabi Muhammad SAW mempunyai peran dalam upaya mengembangkan perusahaan PT. Panin Bank Syariah Kantor Cabang Malang. Terlebih perusahaan bank yang tidak hanya menyelenggarakan aktivitas keuangan, akan tetapi memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah agar terciptanya suatu masyarakat industri modern. Sehingga penting untuk mengetahui implementasi nilai khilafah pada karyawan marketing perusahaan tersebut.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dan menempuh langkah analisis mulai dari telaah data, reduksi data, kategorisasi data, interpretasi data, dan konklusi data.

Hasil dari penelitian ini adalah implementasi nilai khilafah dalam bentuk sikap, tindakan, dan ucapan. Yang ditunjukkan oleh karyawan marketing didasari oleh iman kepada Allah SWT dan RasulNya. Tindakan untuk memenuhi kebutuhan dunia maupun akhirat dalam metode Nubuwwah (kenabian), Insaniyah (Kemanusiaan), Ukhuwah (persatuan), *Ta'awun* (tolong-menolong), Profesionalitas, dan Tanggungjawab.

## ABSTRACT

Dwi Hidayat, Septian. 2014. Final Project. Title : “The Khilafah (Leadership of Muslims) Values Implementation on Marketing Staff of PT. Panin Bank Syariah Tbk. Branch Office of Malang”  
Advisor : Segaf, SE., M.sc  
Keywords : Khilafah Values, Marketing, Implementation.

---

The Khilafah values of Prophet Muhammad SAW have a key role in developing PT. Panin Bank Syariah, Branch Office of Malang. Its role is also important particularly for a bank which does not only carry out a financial activity but also intend to give a good service to the customers in order to create a modern industrial society. Therefore, it is crucial to know the Khilafah values implementation on the marketing staffs of the bank.

This study employs a qualitative descriptive analysis technique. It conducts several steps for the analysis consisting data review, reduction, categorization, interpretation, and conclusion.

The result of this study points out that the Khilafah values implementation is shown in forms of behaviour, action, and utterance. It is expressed by the banks marketing staffs on the basis of the faith to Allah SWT, the Prophets, and Messengers. It is the act of fulfilling the needs, here and in the afterlife, by applying the Nubuwwah (Prophethood), Insaniyah (humanity), Ukhuwah (unity), *Ta'awun* (cooperation), professionalism, and responsibility method.

## مستخلص

دوي هدايات، سفتياوان، الوظيفة الأخيرة، الموضوع " تنفيذ قيمة الخلافة في موظف التسويق الشركة ذات المسؤولية المحدودة فانين بنك الشريعة المفتوحة بالمكتب الفرعي مالانج.

المشرف : السكاف الماجستير

الكلمة الرئيسية : قيمة الخلافة، التسويق، التنفيذ.

قيم الخلافة من نبي محمد صلى الله عليه وسلم له دور عظيم في تطوير الشركة ذات المسؤولية المحدودة فانين بنك الشريعة بالمكتب الفرعي مالانج . لا سيما شركة البنك الذي لا يؤدي الأنشطة المالية فقط، بل خدمة العملاء للوصول إلى المجتمع الصناعي الحديث. لذا معرفة تنفيذ قيمة الخلافة في موظف التسويق في الشركة مهمة.

يستخدم هذا البحث تقنيات التحليل الوصفي النوعي ويخطو على خطوة التحليل من دراسة البيانات، وإعادتها، وتصنيفها، وتفسيرها، واستنتاجها.

نتيجة هذا البحث هي تنفيذ قيمة الخلافة على شكل موقف موظف التسويق، وعمله، وقوله المستند بالإيمان إلى الله ورسوله. والعمل للوصول إلى الحوائج الدنيوية والأخراوية على الطريقة النبوية، والإنسانية، والإخائية، والتعاونية، والاحترافية، والمسؤولية.

## ABSTRACT

Dwi Hidayat, Septian. 2014. Final Project. Title : “The *Khilafah* (Leadership of Muslims) Values Implementation on Marketing Staff of PT. Panin Bank Syariah Tbk. Branch Office of Malang”  
Advisor : Segaf, SE., M.sc  
Keywords : *Khilafah* Values, Marketing, Implementation.

---

The *Khilafah* values of Prophet Muhammad SAW have a key role in developing PT. Panin Bank Syariah, Branch Office of Malang. Its role is also important particularly for a bank which does not only carry out a financial activity but also intend to give a good service to the customers in order to create a modern industrial society. Therefore, it is crucial to know the *Khilafah* values implementation on the marketing staffs of the bank.

This study employs a qualitative descriptive analysis technique. It conducts several steps for the analysis consisting data review, reduction, categorization, interpretation, and conclusion.

The result of this study points out that the *Khilafah* values implementation is shown in forms of behaviour, action, and utterance. It is expressed by the banks marketing staffs on the basis of the faith to Allah SWT, the Prophets, and Messengers. It is the act of fulfilling the needs, here and in the afterlife, by applying the *Nubuwwah* (Prophethood), *Insaniyah* (humanity), *Ukhuwah* (unity), *Ta'awun* (cooperation), professionalism, and responsibility method.

## ABSTRAK

Dwi Hidayat, Septian. 2014. Tugas Akhir. Judul : “Implementasi Nilai *Khilafah* Pada Karyawan *Marketing* PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang”  
Pembimbing :Segaf, SE.,M.sc  
Kata Kunci :Nilai *Khilafah*, *Marketing*, Implementasi.

---

Nilai-nilai *Khilafah* yang berasal dari Nabi Muhammad SAW mempunyai peran dalam upaya mengembangkan perusahaan PT. Panin Bank Syariah Kantor Cabang Malang. Terlebih perusahaan bank yang tidak hanya menyelenggarakan aktivitas keuangan, akan tetapi memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah agar terciptanya suatu masyarakat industri modern. Sehingga penting untuk mengetahui implementasi nilai *khilafah* pada karyawan *marketing* perusahaan tersebut.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dan menempuh langkah analisis mulai dari telaah data, reduksi data, kategorisasi data, interpretasi data, dan konklusi data.

Hasil dari penelitian ini adalah implementasi nilai *khilafah* dalam bentuk sikap, tindakan, dan ucapan. Yang ditunjukkan oleh karyawan *marketing* didasari oleh iman kepada Allah SWT dan RasulNya. Tindakan untuk memenuhi kebutuhan dunia maupun akhirat dalam metode *Nubuwwah* (kenabian), *Insaniyah* (*Kemanusiaan*), *Ukhuwah* (persatuan), *Ta'awun* (tolong-menolong), Profesionalitas, dan Tanggungjawab.

## مستخلص

دوي هدايات، سفتياوان، الوظيفة الأخيرة، الموضوع " تنفيذ قيمة الخلافة في موظف التسويق الشركة ذات

المسؤولية المحدودة فانين بنك الشريعة المفتوحة بالمكتب الفرعي مالانج.

المشرف : السكاف الماجستير

الكلمة الرئيسية : قيمة الخلافة، التسويق، التنفيذ.

قيم الخلافة من نبي محمد صلى الله عليه وسلم له دور عظيم في تطوير الشركة ذات المسؤولية المحدودة فانين بنك الشريعة بالمكتب الفرعي مالانج . لا سيما شركة البنك الذي لا يؤدي الأنشطة المالية فقط، بل خدمة العملاء للوصول إلى المجتمع الصناعي الحديث. لذا معرفة تنفيذ قيمة الخلافة في موظف التسويق في الشركة مهمة.

يستخدم هذا البحث تقنيات التحليل الوصفي النوعي ويخطو على خطوة التحليل من دراسة البيانات، وإعادتها، وتصنيفها، وتفسيرها، واستنتاجها.

نتيجة هذا البحث هي تنفيذ قيمة الخلافة على شكل موقف موظف التسويق، وعمله، وقوله المستند بالإيمان إلى الله ورسوله. والعمل للوصول إلى الحوائج الدنيوية والأخراوية على الطريقة النبوية، والإنسانية، والإخائية، والتعاونية، والاحترافية، والمسؤولية.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Agama Islam telah memberikan petunjuk melalui para Rasul Nya, petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, baik akidah, akhlak, maupun syariah. Islam adalah agama yang komprehensif dan universal (Hasan, 2010 : 2). Komprehensif berarti syariah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (*mu'amalah*), sedangkan universal bermakna ajaran Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai akhir nanti. Menurut Madjid ( 1991 : 1) tiga inti ajaran Islam yaitu Akidah, Syariah, dan Akhlak. Akidah adalah simpul atau ikatan berupa peraturan Allah SWT terhadap seseorang yang mengaku dan mengikrarkan bahwa “Tiada Tuhan selain Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW adalah utusan Allah SWT”. Syariah senantiasa berubah sesuai dengan kebutuhan dan tingkat peradaban manusia.

Syariah Islam sebagai syariah yang berfungsi meneruskan, melengkapi, dan menyempurnakan syariah agama sebelumnya. Akhlak mempunyai penjelasan berperilaku baik, jujur, dapat dipercaya, berlaku adil, saling tolong menolong, saling menghormati dan sebagainya yang sesuai dengan penciptaan manusia yang suci (fitrah) (Hasan 2010 : 3-5).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Islam merupakan agama yang tidak hanya berkaitan dengan masalah ritual saja, melainkan sebagai

suatu sistem yang menyeluruh dan mencakup seluruh aspek kehidupan termasuk masalah pembangunan ekonomi serta industri perbankan sebagai salah satu motor penggerak roda perekonomian suatu negara. Dalam sektor ekonomi, Islam mempunyai pandangan yang jelas, dimana prinsip dan aturan yang ada dalam ekonomi Islam berbeda dengan sistem ekonomi lainnya. Perbedaan yang sangat menonjol antara ekonomi Islam dan ekonomi hasil teori manusia, bahwa ekonomi Islam adalah ekonomi nilai dan akhlak. Qardawi (1997 : 23) mengemukakan bila kita berbicara tentang nilai dan akhlak dalam ekonomi dan mu'amalah Islam, maka tampak jelas dihadapan kita empat nilai utama, yaitu : Rabbaniyah (ketuhanan), Akhlak, Kemanusiaan, Pertengahan (keseimbangan).

Sebagaimana telah disebutkan diatas, bahwa sebagai salah satu motor penggerak roda perekonomian adalah perbankan yang secara umum merupakan perusahaan yang menyediakan jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat. Dan Gerakan Ekonomi Syariah yang dilakukan pada tahun 2013 memberikan informasi positif bahwasanya kita mengenal dan memiliki perbankan Islam atau perbankan syariah, yaitu Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Selain itu, Bank syariah pada saat ini mempunyai keistimewaan adalah sebagai lembaga Intermediasi antara masyarakat yang membutuhkan dana dengan masyarakat yang kelebihan dana, disamping menyediakan jasa-jasa keuangan lainnya.

Penelitian Junusi (Skripsi, 2005 : 2) menunjukkan bahwa keberhasilan bank syariah mempunyai daya tarik sendiri sehingga membuat beberapa kalangan pihak untuk terjun pada bank syariah. Prospek perbankan syaria'ah sangat cerah dan potensial sebab daya dukung penduduk Indonesia yang mayoritas adalah muslim. Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem syaria'ah adalah sistem yang dapat diandalkan. Dan seiring dengan semakin berkembangnya perbankan syariah pada saat ini, maka diperlukan strategi didalam menarik perhatian masyarakat agar mau menggunakan jasa perbankan syariah.

Melihat realita perkembangan perbankan yang sangat kompetitif, menuntut para karyawan untuk melakukan peningkatan kinerja atau prestasi baru yang sesuai dengan sistem pemerintahan Islam sebagai penerus dari sistem pemerintahan Rasulullah melalui implementasinya. Agar para nasabah berminat untuk menggunakan produk atau jasa-jasa bank syaria'ah atau merekrut para nasabah yang ada pada bank konvensional supaya berpindah pada PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang. Perusahaan perbankan syariah yang sangat bergantung pada cara kerja marketingnya pada tataran idealnya mengerti dan paham akan nilai khilafah yang dapat diartikan berperilaku secara ekonomi islam dengan benar dan penuh tanggungjawab.

Oleh karena itu dalam rangka eksistensi dan kontribusi nyata, bank syaria'ah juga dituntut untuk terus menjawab kebutuhan masyarakat akan produk-produk yang unggul, efisien dan kompatibel terhadap kompetitornya. Yang dalam hal ini dibutuhkan peran dan fungsi dari seorang marketing.

Selain itu, menurut Antonio (2001 : 224) memberikan pendapat bahwa kualitas pelayanan setiap individu maupun kelompok marketing di perusahaan harus memiliki etika perbankan untuk saling bekerja sama dan mampu mendukung kepentingan strategi perusahaan dengan mempersiapkan pikiran kreatif, emosi cerdas, karakter, perilaku, pengetahuan, dan keterampilan berkomunikasi untuk mendukung semua kebutuhan perusahaan bank.

Namun pada kenyataan prakteknya pimpinan maupun karyawan-karyawan bank masih banyak yang menguasai teknis perbankan tetapi tidak menghiraukan nilai-nilai ekonomi islamnya. Menurut Amin, A. Riawan(2003 : 14) falsafah dasarnya sistem Ekonomi Islam terbangun dalam segitiga piramida Aqidah syariah dan Akhlaq (Al-Quran, Sunnah, *Ijma'*, dan Qiyas) yang mempengaruhi pada seluruh kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi tersebut baik perilaku konsumsi, perilaku produksi, perilaku distribusi, perilaku simpanan (saving) dan perilaku investasi. Ini menjadi tanda tanya besar bahwa sejauhmana pemahaman praktisi perbankan syariah terutama karyawan marketing terhadap nilai khilafah. Hal ini membuat rasa keingintahuan yang besar dari peneliti untuk meneliti masalah tersebut. Berdasarkan uraian diatas, maka dirasa perlu untuk mengangkat permasalahan masalah ini menjadi obyek penelitian tugas akhir dengan judul **“Implementasi Nilai Khilafah Karyawan Marketing Pada PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka perumusan masalah yang diangkat berdasarkan hal tersebut adalah:

1. Apa saja nilai-nilai khilafah yang ada pada karyawan bagian marketing perbankan?
2. Bagaimana implementasi nilai-nilai khilafah tersebut pada karyawan marketing di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang?
3. Bagaimana kendala dan solusi implementasi nilai-nilai khilafah karyawan marketing di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang?
4. Apa upaya PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang dalam menjamin implementasi nilai khilafah oleh karyawan marketingnya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat ditarik kesimpulan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Agar dapat mengetahui nilai-nilai khilafah yang ada pada karyawan bagian marketing perbankan.
2. Agar dapat mengetahui implementasi nilai-nilai khilafah tersebut pada karyawan marketing di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.
3. Agar dapat mengetahui kendala dan solusi implementasi nilai-nilai khilafah karyawan marketing di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

4. Untuk mengetahui upaya PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang dalam menjamin implementasi nilai khilafah oleh karyawan marketingnya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kedua belah pihak. Oleh karena itu terdapat tujuan dan beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini.

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai-nilai khilafah khususnya pada karyawan marketing di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

1. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini digunakan untuk dapat melihat fenomena terjadinya nilai-nilai khilafah yang mendasari karyawan marketing PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang. Dengan mengetahui latar belakang karyawan, orientasi serta tujuannya bekerja di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang. Semua karyawan bersikap dan berperilaku pada kehidupannya yang berhubungan dengan pekerjaan di kantor maupun kegiatan diluar jam kantor.

2. Manfaat bagi pihak PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang

Penelitian ini dapat memberikan satu gambaran yang utuh tentang nilai khilafah pada karyawan marketing yang ada di perusahaan. Nilai-nilai yang mendasari sikap dan perilaku karyawan marketing, harapan dan tujuannya diharapkan akan menjadi karakter dan kebiasaan dalam diri

karyawan marketing. Sehingga hal ini dapat dijadikan referensi yang memuat tentang nilai khilafahitu sendiri yang merupakan ciri khas yang perlu dikritisi untuk kemudian dijadikan pertimbangan tentang efektifitas dari kegiatan operasional perusahaan terutama kegiatan pemasaran yang berlaku untuk tetap dipertahankan ataupun diperbaiki untuk kepentingan dan perbaikan perusahaan dan kesejahteraan karyawan.

### 3. Manfaat bagi pihak lain

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan atau gagasan untuk penelitian selanjutnya khususnya pemahaman nilai-nilai khilafah atau lainnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

Pada bagian ini peneliti mengutip tiga buah penelitian terdahulu yang banyak membahas pada penerapan sebuah standar ideal. Pendekatan penelitian yang dilakukan sama seperti pendekatan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian dengan pendekatan pengamatan atau observasi dan memaparkan kembali hasil penelitian tersebut dalam bentuk narasi secara komprehensif.

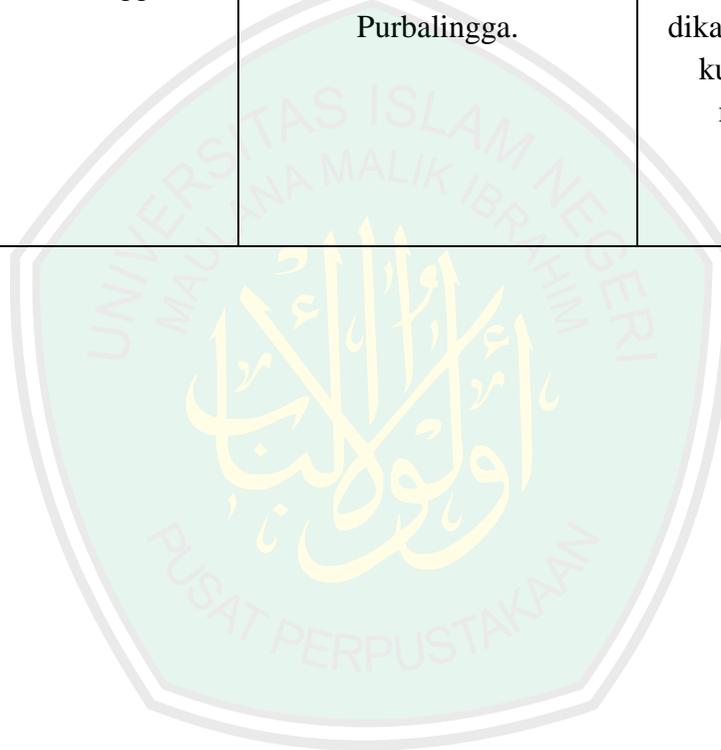
Pertama, penelitian oleh Husain Insawan (2009) bidang ilmu Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Qaimuddin Kendari dengan judul Nilai-Nilai Etika Perbankan Syariah. Kedua, penelitian tersebut merupakan Skripsi oleh Achmad Naisichin (2010) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul Analisis Sikap Kerja Islam Pada Karyawan PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Malang. Dan penelitian ketiga oleh skripsi oleh Fajar Rian Fitrianto (2011) Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul Pengaruh Etos Kerja Islam Terhadap Kinerja Karyawan PT BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga.

Berikut tiga penelitian terdahulu yang akan dipaparkan dalam bentuk tabel di bawah ini.

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama (tahun)	Judul	Tujuan	Hasil
1.	<b>Husain Insawan (2009)</b>	Nilai-Nilai Etika Perbankan Syariah	Untuk mengetahui produk perbankan syariah dan Mengetahui formulasi nilai-nilai etika perbankan syariah	Perbankan syariah merupakan salah satu dari sistem ekonomi syariah yang dalam sistem operasionalnya memandang urgen nilai-nilai etika beserta prinsip dan normanya. Adapun nilai-nilai etika dimaksud adalah nilai Ilahiah, Khilafah, Tawazun, 'Adalah, dan Masalahah.
2.	<b>Achmad Nasichin (2010)</b>	Analisis Sikap Kerja Islam Pada Karyawan PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Malang.	Untuk memperoleh gambaran umum tentang sikap kerja karyawan PT BNI Syariah Kantor Cabang Syariah Malang berupa perilaku terhadap pekerjaannya maupun terhadap pelayanan nasabah.	Sikap kerja pegawai PT BNI Syariah Kantor Cabang Malang menunjukkan sikap kerja yang Islami yang mempunyai karakteristik : Niat bekerja untuk Ibadah, Sikap ikhlas dalam bekerja, Shiddiq, Tanggungjawab, Percaya diri dan Optimis, Professional dalam bekerja, Menjaga kualitas kerja.

	<b>Fajar Rian Fitrianto (2011)</b>	Pengaruh Etos Kerja Islam Terhadap Kinerja Karyawan PT BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga.	Untuk mengetahui pengaruh etos kerja Islam terhadap kinerja karyawan PT. BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga.	Karyawan PT BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga memiliki semangat bekerja yang berdasarkan etos kerja Islam akan tetapi perlu adanya peningkatan semangat kerja dikarenakan cukup besar beberapa jawaban kuisioner menyatakan ragu-ragu untuk melakukan kerja lembur dan segera menyelesaikan tugas yang menjadi tanggungjawabnya.
--	--	--	--	---



**Tabel 2.2 Perbedaan dan persamaan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang.**

No.	Perbedaan	Persamaan
1.	<p>Penelitian pertama lebih banyak melakukan penelitian tentang bagaimana perbankan syariah melakukan sistem operasionalnya berdasarkan sistem ekonomi syariah dan nilai-nilai etika beserta prinsip dan normanya yang sebagai bagian dari sistem ekonomi syariah.</p>	<p>Sama-sama meneliti tentang studi pemahaman tentang pengaruh nilai-nilai etika dan etos kerja yang terkandung dalam etika dunia perbankan.</p>
2.	<p>Penelitian kedua bahwa lebih menekankan kepada konsep Islam dalam pembentukan sikap kerja, serta menganalisis tentang sikap kerja pegawai PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Syariah Malang.</p>	
3.	<p>Penelitian ketiga banyak melakukan penelitian tentang pengaruh etos kerja berdasarkan konsep Islam terhadap peningkatan kinerja karyawan PT. BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga.</p>	

## 2.2 Kajian Teoritis

### 2.2.1 Konsep Nilai

#### 1. Pengertian Nilai

Dalam bagian ini amat sangat penting peneliti menjelaskan pengertian dari nilai etika sendiri agar dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang maksud dari nilai etika sesungguhnya. Maka dari itu, sebelum dibahas lebih jauh tentang nilai-nilai etika, maka terlebih dahulu peneliti membahas tentang “nilai” itu sendiri secara terpisah.

Nilai merupakan sesuatu yang menarik; sesuatu yang dicari; sesuatu yang menyenangkan; sesuatu yang disukai dan diinginkan. Secara singkat Bartens (1997 : 139) mengatakan bahwa nilai adalah sesuatu yang baik. Jadi apa saja yang dianggap baik oleh manusia secara objektif, maka hal tersebut dapat dianggap sebagai suatu “nilai”.

Azwar (1998 : 9) berpendapat dari pengertian tersebut, nilai bersifat lebih mendasar dan stabil serta berakar lebih dalam sebagai bagian dari ciri kepribadian. Nilai dianggap sebagai bagian dari kepribadian individu yang dapat mewarnai kepribadian kelompok atau kepribadian bangsa.

Pengertian yang dapat diambil melalui pendapat Bartens dan Azwar tersebut bahwa nilai dapat dibentuk, diprakarsai, dan dipertahankan berdasarkan keuntungan dan kerugian atas

pelanggaran nilai itu. Suatu nilai pada akhirnya dianggap sangat urgen setelah diketahui seberapa besar mudharatnya dan seberapa besar pula manfaatnya.

## 2. Khilafah (kepemimpinan)

Khilafah dalam terminologi politik Islam adalah Sistem pemerintahan Islam yang meneruskan sistem pemerintahan Rasulullah SAW. Dengan segala aspeknya yang berdasarkan Al-Quran dan Sunnah Rasul SAW. Menurut Nastangin (36 : 1997) makna khilafah dalam Ekonomi Islam dapat dijabarkan dalam beberapa pengertian. Dalam ekonomi Islam nilai khilafah dapat diterapkan dengan tanggung jawab berperilaku ekonomi dengan cara yang benar. Suatu usaha pemilikan, pengelolaan, ataupun pemanfaatan sumber daya yang tidak benar akan bisa membuat kerusakan pada lingkungan baik kerusakan yang dampak langsung maupun kerusakan yang baru akan dirasakan akibatnya setelah beberapa dekade kemudian.

Berdasarkan kesimpulan penelitian Yuke Rahmawati (2010), berikut ini adalah Nilai-nilai Dasar Ekonomi Islam :

### 1) Kepemilikan (Ownership)

Konsep nilai kepemilikan ini tidak terlepas pula dari konsep “khilafah”, dimana manusia sebagai khalifah/wakil Allah SWT di muka bumi ini dalam hal menjaga dan mengelola semua sumber-sumber alam yang diberikan. Dengan konsep ini pula seorang

manusia diberi “hak” oleh Allah SWT diantara manusia lainnya. Hak memiliki kemanfaatan akan sumber-sumber ekonomi, bukan menguasainya secara mutlak. Semua itu supaya manusia dapat menikmati, merasakan maupun memanfaatkan segala apa yang telah ia dapatkan dari hasil usahanya dan Allah SWT menjamin hak-hak tersebut agar tidak dilanggar. Hadist yang mencatat hal ini adalah “Haram bagi setiap muslim atas muslim lainnya (jika menganiaya), jiwanya, hartanya dan kehormatannya” (HR. Muttafaqun ‘Alaih). Dengan nilai dan konsep demikianlah, Islam sangat mengakui akan adanya hak kepemilikan secara pribadi.

## 2) Kebebasan (Freewill)

Secara umum makna kebebasan dalam ekonomi, dapat melahirkan dua pengertian yang luas, yakni; kreatif dan kompetitif. Dengan kreatifitas, seseorang bisa mengeluarkan ide-ide, bisa mengeksplorasi dan mengekspresikan potensi yang ada dalam diri dan ekonominya untuk menghasilkan sesuatu. Sedangkan dengan kemampuan kompetisi, seseorang boleh berjuang mempertahankan, memperluas dan menambah lebih banyak apa yang diinginkannya. Dalam ekonomi Islam, makna kebebasan adalah memperjuangkan apa yang menjadi haknya dan menunaikan apa yang menjadi kewajibannya sesuai perintah *syara*’.

Sebagaimana konsep kepemilikan, konsep kebebasan dalam berekonomi menurut Islam, tidak boleh keluar dari aturan-aturan syari'at. Bahwa manusia diberi keluasan dan keleluasaan oleh Allah untuk berusaha mencari rizki Allah pada segala bidangnya. Namun tetap pada koridor usaha yang tidak melanggar aturan-Nya.

Kebebasan ekonomi Islam adalah kebebasan berakhlak. Berakhlak dalam berkonsumsi, memproduksi dan berdistribusi. Dengan kebebasan berkreasi dan berkompetisi akan melahirkan produktifitas dalam ekonomi. Kegiatan produksi adalah bagian penting dalam perekonomian. Sedangkan kebebasan tidak terbatas adalah perilaku yang bisa mengakibatkan ketidak serasian antara pertumbuhan produksi dengan hak-hak golongan kecil dalam sistem distribusinya. Yang akhirnya akan merusak tatanan sosial.

### 3) Keadilan (Equity)

Perilaku adil adalah perilaku utama yang diungkap Allah SWT dalam Al-Quran lebih dari seribu kali. Ini menunjukkan bahwa nilai keadilan memiliki bobot yang sangat dimulyakan dalam Islam. Nilai keadilan merupakan manifestasi nyata dari kebebasan yang terbatas dalam Islam. Konsep ini mengikat kebebasan mutlak yang dianut sebagian manusia, sehingga perilaku bebas dibatasi oleh rasa keadilan. Kebebasan berkonsumsi yang diiringi akhlaq adil, niscaya menciptakan kesederhanaan dan

terhindar dari keborosan. Kebebasan memproduksi yang dibarengi nilai keadilan, akan membangun efisiensi dan pemerataan. Nilai-nilai ini semua terkandung dalam Al-Quran dengan menyiratkan bahwa konsep ini jauh dari sifat kedzaliman (aniaya).

Menurut Murasa (79 : 2004) makna keadilan sendiri sering diartikan sebagai sikap yang selalu menggunakan ukuran sama, bukan ukuran ganda. Dan sikap ini yang membentuk seseorang untuk tidak berpihak pada salah satu yang berselisih. Adil menurut Al-Ashfahani, dinyatakan sebagai memperlakukan orang lain setara dengan perlakuan terhadap diri sendiri. Dimana ia berhak mengambil semua yang menjadi haknya, dan atau memberi semua yang menjadi hak orang lain (Quraish Shihab 56 : 2002). Dengan prinsip nilai keadilan diatas, maka sangatlah jelas bahwa syari'at Islam dalam sistem ekonomi adalah untuk menciptakan kemakmuran dan kesejahteraan ekonomi seluruh manusia, bukan sebahagian saja.

#### 4) Keseimbangan (Equality)

Konsep keseimbangan menjadi konsep lanjutan yang memiliki benang merah dengan konsep keadilan. Allah SWT menggambarkan posisinya dengan kondisi dimana bila terjadi ketimpangan dalam kehidupan berekonomi, maka hendaknya dikembalikan pada posisi semula. Posisi yang tuju adalah keseimbangan, pertengahan, keadilan. Konsep keseimbangan ini

juga berdasar pada rasa keadilan yang didukung dengan suatu tingkat kebaikan (ihsan) dalam pemenuhan hak seseorang. Bila rasa 'Adil adalah mengambil apa yang menjadi haknya dan memberikan apa yang menjadi hak orang lain, maka Ihsan adalah memberi lebih banyak dan mengambil lebih sedikit dari apa yang menjadi haknya. Dalam Islam, konsep ini tidak hanya menjadi prinsip dasar manusia sebagai acuan dalam berbagai kegiatan ekonominya, tetapi juga manusia mempunyai kewajiban untuk menjaga keseimbangan yang telah tercipta sebelumnya.

#### 5) Kebersamaan dan Persamaan (Togetherness and Egaliter)

Nilai dasar kelima ini menjadi ciri khas pada sistem perekonomian Islam. Prinsip Ukhuwwah (brotherhood) yang menjadi salah satu pilar bangunan ekonomi Islam, melahirkan konsep kebersamaan dan persamaan hak dalam segala kegiatan ekonominya.

### 2.2.2 Konsep nilai Khilafah

Sebelum peneliti menjelaskan lebih jauh tentang konsep nilai khilafah, berikut ini peneliti menjelaskan sedikit tentang penelitian Husain (2009 : 9) tentang Nilai-nilai Etika Perbankan Syariah. Yang dimaksud Nilai-nilai Etika Perbankan Syariah adalah pandangan-pandangan hidup yang dipahami dari ayat Al-Quran dan Al-Hadist. Yang kemudian dijabarkan ke dalam prinsip-prinsip etika yang menjadi pola tingkah laku atau tindakan karyawan dan nasabah dengan

tepat. Mengacu norma-norma etika yang mendukung anjuran atau perintah sebagai sesuatu yang harus dikerjakan, mengandung sesuatu yang terlarang untuk dilaksanakandan mengandung sesuatu yang diperbolehkan untuk dilakukan oleh karyawan dan nasabah. Norma-norma etika tersebut sekaligus menjadi pengontrol dalam melakukan aktivitas perbankan syariah di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

Salah satu nilai-nilai etika yang dimaksud diatas yang berdasarkan Al-Quran dan Al-Hadist adalah Nilai Khilafah (kepemimpinan) yang meliputi sebagai berikut:

- a. Nubuwwah (kenabian)
- b. Insaniyah (kemanusiaan)
- c. Ukhuwah (solidaritas)
- d. *Ta'awun* (tolong-menolong)
- e. Professionalitas
- f. Bertanggungjawab

Secara operasional, batas wilayah penelitian ini terfokus pada bagaimana menemukan nilai-nilai khilafah yang terakumulasi dalam ayat baik dalam Al-Quran maupun Al-Hadist yang menjadi pandangan hidup yang utama dalam kegiatan karyawan marketing. Kemudian fokus bahasan tertuju pada pola tingkah laku atau tindakan karyawan marketing yang melakukan aktivitas perbankan syariah dengan

berpatokan pada nilai Khilafah yang meliputi unsur perintah, larangan, atau kebolehan melakukan tugas dan kewajibannya.

### 2.2.3 Bank Umum Syariah

#### 1. Pengertian Bank Umum Syariah

Bank syariah adalah Bank yang dalam menjalankan usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Quran dan Al-Hadist Nabi Muhammad SAW. Alasan mendasar lahirnya bank syariah sebenarnya lebih berkaitan dengan masalah keyakinan berupa unsur riba, ketidakadilan dan moralitas dalam melakukan usaha. Penerapan bunga sebagai landasan operasional perbankan yang ada sebelumnya (bank konvensional) dianggap sebagai bentuk transaksi riba yang dalam agama Islam jelas-jelas dilarang.

Sama halnya yang dikemukakan oleh Sulhan dan Siswanto (2008 : 126) tentang bunga diyakini mengandung unsur riba karena dalam sistem bunga terdapat unsur ketidakadilan karena pemilik dana mewajibkan peminjam dana untuk membayar lebih daripada yang dipinjam tanpa memperhatikan apakah peminjam mengalami keuntungan atau kerugian.

#### 2. Fungsi dan Manfaat Bank Umum Syariah

Bank Syariah memiliki perbedaan prinsip dengan bank konvensional dari sisi fungsi. Bank Syariah dalam sistem syariah disamping badan usaha yang memiliki tujuan memperoleh laba atau keuntungan (tamwil) juga memiliki fungsi dan peran sebagai badan sosial yang harus memperhatikan kondisi perekonomian masyarakat. Sebagai badan usaha (tamwil), bank syariah memiliki fungsi sebagai berikut :

- a. Manajer Investasi, Bank syariah dapat mengelola investasi nasabah baik dalam skema mudharabah, musyarakah, maupun salam.
- b. Investor, Bank syariah dapat menginvestasikan dananya maupun dana nasabah yang dipercayakan.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran seperti transfer, kliring, inkaso, letter of credit dan sebagainya.

Sedangkan sebagai badan sosial (maal), bank syariah dapat berfungsi sebagai amil atas zakat, infaq maupun shodaqoh dari masyarakat (Gerakan Ekonomi Syariah, 2013 : 4-6).

Meskipun terdapat perbedaan yang tajam secara prinsip antara bank dengan sistem bunga dan bank dengan sistem syariah, namun justru memunculkan beberapa keuntungan dari adanya bank syariah tersebut khususnya dari sekup yang lebih luas.

Adapun keuntungan munculnya bank syariah diantaranya :

- a. Bank syariah sebagai pelengkap bank konvensional.

Bank syariah dapat digunakan sebagai alternatif pembiayaan dan transaksi perbankan lainnya selain dari bank konvensional. Dengan adanya bank syariah, jenis-jenis produk dan pelayanan perbankan menjadi semakin bervariasi. Semakin banyaknya variasi jasa perbankan akan menguntungkan masyarakat karena memungkinkan masyarakat untuk memilih sekian jenis produk sebagai alternatif.

- b. Bank syariah dapat mengakomodasi kelompok masyarakat tertentu.

Diakui atau tidak, sebelum sistem syariah diakui sebagai salah satu sistem operasional perbankan di Indonesia, banyak sekali golongan masyarakat yang antipati terhadap dunia perbankan, khususnya masyarakat yang apatis terhadap dunia perbankan akan memperoleh saluran financial baik investasi maupun pembiayaan.

- c. Meningkatkan mobilisasi dana masyarakat

Sulhan dan Siswanto (2008 : 131) menyatakan dengan adanya bank syariah dan semakin bervariasinya jasa perbankan serta terakomodasinya kepentingan masyarakat tertentu yang dulunya apatis, secara otomatis akan meningkatkan mobilisasi dana masyarakat pada perbankan yang pada gilirannya akan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

### 3. Perbedaan Bank Umum dengan Bank Konvensional

Terdapat perbedaan mendasar antara sistem konvensional dan sistem syariah dalam bisnis perbankan. Perbedaan-perbedaan tersebut menyangkut masalah dasar perjanjian, dasar perhitungan imbalan, kewajiban pembayaran imbalan, persyaratan jaminan serta pandangan masing-masing sistem terhadap sistem lainnya.

Perbedaan tersebut dapat disajikan dalam tabel berikut ini :

**Tabel 3.1. Perbedaan Bank Umum Syariah dengan Bank Konvensional**

No.	Pokok-pokok Perbedaan	Sistem konvensional	Prinsip syariah
1.	Dasar perjanjian penentuan bunga/imbalan	Tidak berdasarkan keuntungan/kerugian	Berdasarkan keuntungan/kerugian
2.	Dasar perhitungan bunga/imbalan	Persentase tertentu dari total dana yang dipinjamkan pada nasabah	Besarnya nisbah bagi hasil didasarkan atas jumlah keuntungan yang diperoleh nasabah
3.	Kewajiban pembayaran bunga	a. Harus tetap dilakukan meskipun nasabah rugi b. Besarnya pembayaran bunga tetap meskipun keuntungan nasabah lebih besar	a. Dilakukan jika nasabah untung, jika rugi ditanggung bersama b. Besarnya imbalan berubah sesuai keuntungan
4.	Persyaratan jaminan pembiayaan	Berupa barang/harta	Tidak mutlak
5.	Obyek pembiayaan	Jenis usaha tidak dibedakan asal memenuhi persyaratan	Jenis usaha yang dibiayai harus sesuai syariah

6.	Pandangan sistem syariah terhadap sistem bunga	Pengenaan bunga kepada debitur dianggap haram	Pembayaran imbalan bagi hasil sifatnya halal
----	--	---	--

Sedangkan perbedaan prinsip antara sistem bunga dengan sistem bagi hasil, antara lain :

**Tabel 3.2. Perbedaan prinsip antara sistem bunga dengan sistem bagi hasil**

No.	Faktor perbedaan	Sistem Bunga	Sistem Bagi Hasil
1.	Penentuan besarnya hasil	Sebelum kegiatan usaha dilakukan	Sesudah kegiatan usaha
2.	Yang ditentukan sebelumnya	Besarnya bunga/nilai bagi hasil	Kesepakatan porsi/bagian masing-masing pihak
3.	Jika terjadi kerugian	Ditanggung oleh satu pihak saja	Ditanggung kedua belah pihak
4.	Penghitungan	Dari dana yang diserahkan, bersifat fixed	Dari untung yang akan diperoleh
5.	Titik perhatian proyek	Hasil proyek hanya untuk bank	Kedua pihak

#### 2.2.4 Marketing

##### 1. Pengertian Marketing

Hasan (2010 : 10) mempunyai pendapat tentang definisi Marketing adalah Ilmu bisnis yang secara khusus membahas masalah-masalah pasar secara komprehensif (menyeluruh) dalam membidik dan memenangkan pasar dengan cara yang sehat.

Philip Kotler mendefinisikan bahwa Marketing adalah sebuah proses sosial dan manajerial di mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai.

## 2. Tugas dan Kewajiban Marketing

Marketing dalam bahasa lain yang biasa digunakan oleh praktisi perbankan adalah AO (Account Officer). AO Pembiayaan bertanggungjawab dalam memasarkan produk sesuai syariat Islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan dengan memperhatikan kelancaran dan keamanan atas pembiayaan yang telah diberikan.

AO Pendanaan (Funding Officer) bertanggung jawab dalam memasarkan produk sesuai Syariat Islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memungkinkan untuk diperolehnya dana pihak ketiga yang sesuai dengan target dan memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan.

Tugas dan Tanggungjawabnya : Pertama, Memasarkan produk dengan melakukan sosialisasi dan presentasi pada calon nasabah. Kedua, Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan direksi. Ketiga, Bertanggungjawab kepada direksi.

### 3. Lingkungan pemasaran (marketing) Bank Syariah

Aktivitas-aktivitas pemasaran bank syariah sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan yang berada di Bank Syariah dan Nasabah, yaitu faktor-faktor internal dan eksternal.

Faktor-faktor internal antara lain sebagai berikut :

#### a. Produk-produk

Menurut Muhammad (2011 : 223-246), Produk Bank Syari'ah di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu :

#### 1) Produk penghimpunan dana antara lain :

##### a) Prinsip Wadiah, berdasarkan prinsip wadiah :

- Wadiah yad amanah
- Wadiah yad dhamanah

##### b) Prinsip mudharabah, berdasarkan aplikasi mudharabah:

- Tabungan berjangka
- Deposito berjangka

Berdasarkan kewenangan prinsip mudharabah :

- Mudharabah mutlaqah
- Mudharabah muqayadah on balance sheet
- Mudharabah muqayadah off balance sheet

## 2) Produk penyaluran dana

### a) Prinsip jual beli (tijarah)

- Pembiayaan mudharabah
- Bai salam
- *Bai istisna'*

### b) Prinsip sewa (ijarah)

- Ijarah muntahia bithamlik
- Ijarah ghairu muntahia bithamlik

### c) Prinsip bagi hasil (syirkah)

- Musyarakah
- Mudharabah
- Mudharabah muqayadah

## 3) Produk jasa, berdasarkan produk jasa :

### a) Alih utang-piutang (al-hiwalah)

### b) Gadai (rahn)

### c) Al-qardh

### d) Wakalah

### e) Kafalah

## b. Organisasi

Organisasi merupakan suatu sistem aktivitas kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dalam suatu wadah untuk tujuan bersama.

## c. Penjualan secara pribadi

Pemasaran mengharapkan adanya transaksi. Sehingga ada laba yang didapatkan setelah transaksi. Penjualan secara pribadi merupakan aktivitas yang mempengaruhi terhadap pemasaran.

d. Reklame

Reklame merupakan alat yang langsung dapat mempengaruhi permintaan akan produk tertentu. Reklame ini bisa diartikan sebagai iklan untuk mengenalkan produk kepada nasabah.

e. Distribusi fisik

Distribusi fisik merupakan kegiatan yang secara langsung dapat mempengaruhi permintaan akan produk tertentu.

f. Saluran-saluran pemasaran

Saluran-saluran pemasaran menurut Kotler dan Keller, (2009 : 31) ada tiga jenis, yaitu : Saluran komunikasi, Saluran distribusi, dan Saluran jasa.

g. Harga-harga

Kebijakan terhadap harga yang diterapkan dalam produk, merupakan suatu yang dapat mempengaruhi adanya permintaan. Setiap perusahaan memiliki kebijakan tentang menentukan harga.

Sedangkan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi lingkungan pemasaran (marketing) bank syariah adalah :

a. Ilmu dan teknologi

Ilmu dan teknologi selalu berkembang dan merupakan kekuatan untuk menciptakan teknologi yang baru. Dengan adanya teknologi baru maka akan menciptakan pasar dan peluang baru.

b. Persaingan

Konsep pemasaran yang berhasil apabila perusahaan dapat menyediakan nilai kepuasan pelanggan yang lebih besar daripada pesaing. Oleh sebab itu perusahaan harus menyesuaikan pemasaran dengan kebutuhan konsumen sasaran. dan perusahaan juga harus memiliki strategi penawaran yang lebih kuat dari penawaran pesaing dalam pikiran konsumen.

c. Kekuatan-kekuatan ekonomi

Ekonomi merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli dan pola pengeluaran konsumen. suatu bangsa mempunyai tingkat dan distribusi pendapatan yang beragam.

d. Kekuatan-kekuatan sosiologis

Masyarakat merupakan kelompok yang mempunyai potensi kepentingan atau kepentingan nyata atau pengaruh pada kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan. Oleh sebab itu kekuatan sosiologis suatu daerah sangat mempengaruhi pemasaran.

e. Kekuatan-kekuatan psikologis

Kekuatan psikologis merupakan kondisi individu konsumen maupun kelompok yang sangat mempengaruhi terhadap pemasaran. Misalnya kondisi paska bencana alam, yang mana psikologis masyarakat yang belum stabil, sehingga mempengaruhi aktivitas pemasaran.

f. Faktor-faktor politis dan yuridis

Keputusan pemasaran sangat dipengaruhi oleh perkembangan-perkembangan kondisi politik dan hukum suatu negara tersebut. Misalnya dalam hal produk bank syariah menunggu persetujuan dari Dewan Pengawas Syariah ke Dewan Syariah Nasional kemudian, menunggu disahkan oleh Bank Indonesia. Dan lahirnya perundang-undangan tentang Perbankan Syariah juga dipengaruhi oleh faktor politik yang ada.

g. Pengaruh kebudayaan

Menurut Kristanto (2010 : 49-55) bahwa budaya dapat dipahami sebagai berikut. Bahwa budaya sebagai pemograman pikiran secara kolektif, budaya adalah seperangkat simbol-simbol, cara hidup, dan budaya sebagai sebuah sistem yang terintegrasi dari pola-pola perilaku.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Perusahaan yang dijadikan objek penelitian dalam hal ini adalah PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang yang terletak di Jl. MGR. Sugriopranoto No. 7 Malang Provinsi Jawa Timur. Penelitian dilakukan ditempat ini dengan alasan peneliti melihat obyek penelitian sendiri sebelumnya merupakan akuisisi dari Bank Harfa setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia melalui Keputusan Gubernur BI No.11/52/KEP.GBI/DpG/2009. Kemudian PT. Panin Bank Syariah Tbk. merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah sepenuhnya menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

#### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif, dimana peneliti mendiskripsikan tentang objek dengan mencatat apa yang ada dalam objek penelitian kemudian memasukkannya dengan sumber data yang ada dalam objek penelitian (Arikunto, 2006 : 12). Maka dengan ini dituntut keterlibatan peneliti secara aktif dalam pengumpulan data penelitian. Yang dimaksudkan mengetahui informasi terkait nilai-nilai etika perbankan yang ada pada karyawan marketing di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

### 3.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini dilakukan di bagian karyawan marketing dengan melakukan, observasi, interview, serta dokumentasi mengenai nilai etika perbankan syariah. Serta dibagian kepala cabang selaku pemegang kebijakan dan wewenang di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang tersebut.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh ketepatan dan keakuratan informasi yang mendukung dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui :

#### 1. Observasi

Yaitu Pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Seperti yang pernah dikemukakan oleh (Usman dan Purnomo, 2006 : 54) bahwa dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting ialah mengandalkan pengamatan dan ingatan si peneliti. Pada penelitian ini, Peneliti mengamati hal-hal yang terkait dengan apa yang sedang diteliti seperti bagaimana implementasi tentang nilai-nilai khilafah dalam prakteknya khususnya karyawan bagian marketing di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Malang.

Seperti observasi yang dilakukan oleh peneliti ketika salah seorang marketing sedang menawarkan produknya kepada seorang nasabah yang bekerja di kantor DPRD Blitar. Observasi lainnya di hari kedua, peneliti

ikut dengan karyawan marketing yang sedang menawarkan produk umroh kepada Bapak Dendi yang bekerja sebagai notaris di perumahan Tidar Malang. Kemudian observasi dilakukan di rumah Bapak Eko Puguh di Tulungagung. Bapak Eko Puguh adalah salah seorang arsitek yang mempunyai kantor di Jakarta. Peneliti melakukan observasi dalam bentuk pengamatan dan pencatatan tentang bagaimana karyawan marketing tersebut berinteraksi dengan nasabah-nasabahnya.

## 2. Wawancara (Interview)

Menurut Bungin, (2006 : 126) adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara. Dan objek wawancara dari penelitian ini adalah Kepala Cabang, Marketing Funding dan Landing, Auditor, Customer Service, dan Teller di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

## 3. Dokumentasi

Arikunto, (2002 : 206) mempunyai pendapat tentang dokumentasi adalah metode yang dipakai untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, agenda, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi dari dokumen-dokumen PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

#### 4. Studi Kepustakaan (Library Research)

Studi kepustakaan (Library Research) menurut Arikunto, (2002 : 206) adalah metode yang dipakai untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, agenda, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi dari dokumen-dokumen PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

### 3.5 Sumber Data

Dalam melaksanakan penelitian, diperlukan data yang akan digunakan sebagai dasar untuk melakukan pembahasan dan analisis. Menurut Amirin (1986) yang dimaksud dengan data adalah segala keterangan (informasi) mengenai seluruh hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Data dibagi menjadi dua jenis, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur atau dinilai dengan angka-angka secara langsung. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang dapat diukur atau dinilai dengan angka secara langsung.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Data primer

Yaitu data-data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya yaitu instansi atau perusahaan yang menjadi objek penelitian yang berupa kata-kata atau tindakan dari informan. Dalam hal ini yang dimaksud adalah data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan pimpinan cabang dan karyawan marketing mengenai implementasi nilai khilafah pada karyawan

marketing PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang. Data lainnya peneliti peroleh dari hasil pengamatan langsung dilapangan yang telah mendapatkan izin dari pihak bank untuk melakukan penelitian ini. Yaitu berupa kata-kata atau tindakan/perilaku seputar pemahaman tentang nilai-nilai etika perbankan syariah dan implementasinya terhadap kerja mereka.

## 2. Data Sekunder

Yaitu data yang berasal dari bahan-bahan pustaka, yang meliputi dokumen-dokumen tertulis. Peneliti mendapatkan data sekunder ini berasal dari sumber-sumber berupa gambar dan sumber-sumber data statistik, adapun data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berupa visi, misi, tujuan, struktur organisasi, dokumen-dokumen perusahaan serta laporan-laporan bulanan mengenai perilaku yang dilakukan karyawan marketing dalam bekerja di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang serta pelayanan mereka kepada masyarakat umumnya.

### 3.6 Model Analisis Data

Setelah data diperoleh langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data, semua data yang diperoleh baik secara observasi wawancara dan dokumentasi diolah/dianalisis untuk mencapai tujuan akhir penelitian. Yaitu mendeskripsikan fenomena sikap dan perilaku karyawan marketing PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data secara deskriptif kualitatif yaitu teknik analisis data dengan cara

menggambarkan kondisi obyektif dari obyek penelitian dan menguraikan dalam bentuk kalimat atau pernyataan berdasarkan data primer dan data sekunder (Arikunto 2002:213).

Sedangkan menurut Wirartha (2006:155), metode analisis deskriptif kualitatif yaitu menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan. Data tersebut berupa hasil dari wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.

Tujuan penelitian dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi daerah tertentu. Sehingga pada akhirnya muncul sebuah kesimpulan atas permasalahan-permasalahan yang sudah dirumuskan pada bab sebelumnya (Suryana2010 : 20).

## BAB IV

### PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

##### 1. Sejarah Singkat PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang

Malang

Berawal dari akuisisi Bank Harfa terhadap Bank Panin pada 9 September 2008 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada tanggal 6 Oktober 2009 melalui Keputusan Gubernur BI No.11/52/KEP.GBI/DpG/2009, maka pada tanggal 2 Desember 2009 PT. Panin Bank Syariah Tbk. secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Panin Bank Syariah Tbk. merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Kehadiran PT. Panin Bank Syariah Tbk. di tengah-tengah industri perbankan nasional untuk melayani dan memenuhi kebutuhan transaksi syariah seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Perbankan syariah Indonesia adalah perbankan yang modern, terbuka bagi semua segmen masyarakat dan melayani seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali, baik muslim maupun non muslim.

Perbankan Syariah dengan logo iB (baca ai-Bi) adalah ikon atau singkatan dari Islamic Banking (di Indonesia dikenal dengan Perbankan Syariah) dengan menawarkan produk serta jasa bank yang lebih beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi. Produk titipan maupun investasi Panin Bank Syariah dijamin sesuai dengan Undang-Undang No.24 tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) hingga nilai maksimal Rp.2 miliar.

#### 4.1.2 Visi dan Misi PT. Panin Bank Syariah Tbk.

PT. Bank Panin Syariah memiliki Visi “Menjadi Bank Retail yang amanah, bertanggung jawab dan membawa berkah bagi masyarakat”.

Misi perusahaan untuk mewujudkan visi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Mewujudkan layanan keuangan syariah secara profesional, amanah dan bertanggung jawab.
- b. Memberikan produk dan layanan dengan standar terbaik sesuai kebutuhan nasabah.
- c. Menjalin hubungan muamalah yang saling menguntungkan dan profesional dengan seluruh stakeholder.
- d. Menumbuhkan dan menjaga pertumbuhan usaha perbankan syariah yang sehat.

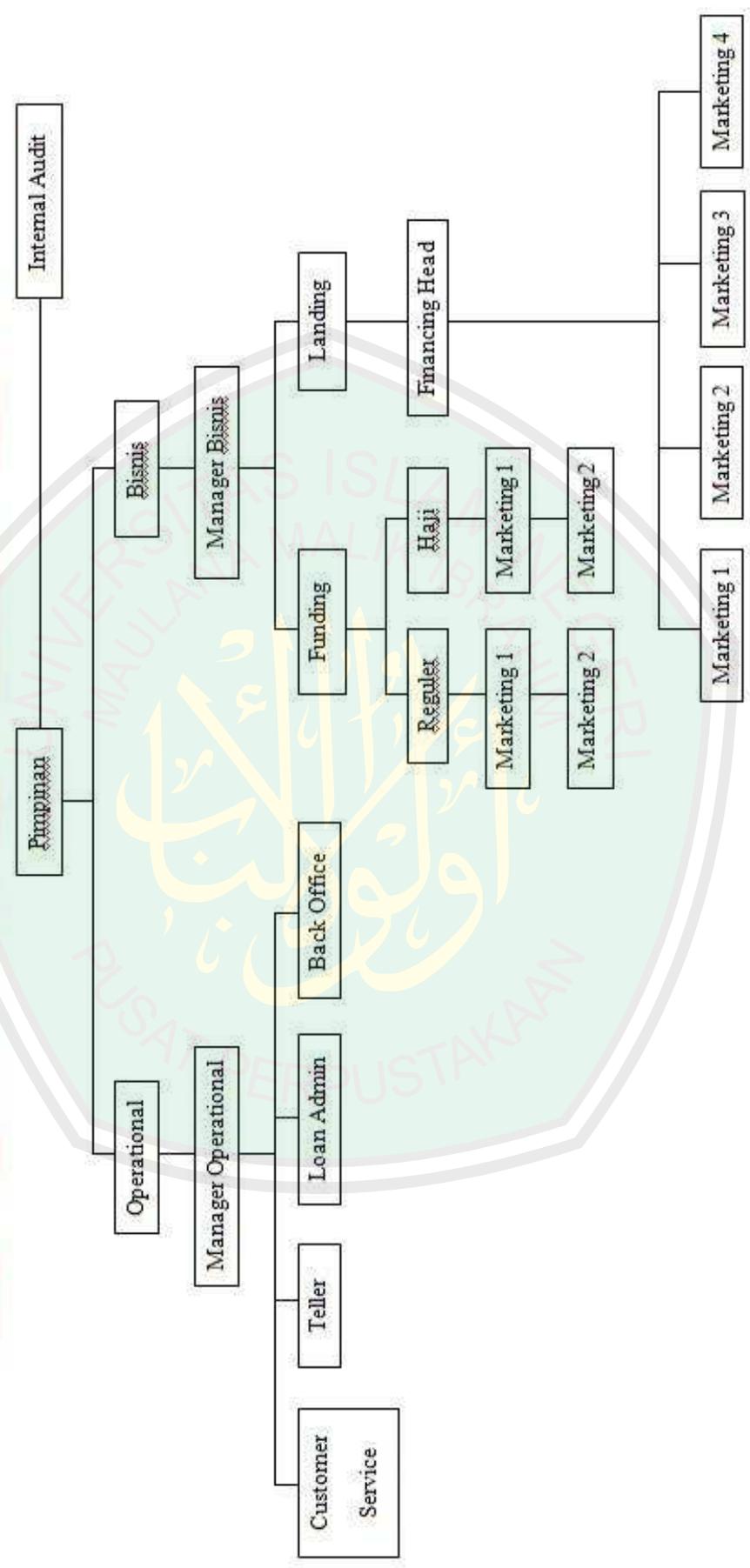
#### 4.1.3 Struktur Organisasi

1. Struktur Organisasi PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang

Sumber : Data dari Operation Manager PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang



#### 4.1.4 Pelaksanaan Manajemen

##### 1. Job Description PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

###### a. Kepala Cabang

Tugas pokok kepala cabang adalah :

- 1) Merencanakan, mengembangkan dan mengkoordinir kegiatan pemasaran produk pembiayaan, pendanaan dan jasa lainnya untuk memastikan rencana kerja secara efektif dan efisien.
- 2) Mengarahkan, mengkoordinasikan dan mengusulkan rencana kerja anggaran di Kantor Cabang serta memantau dan mengevaluasi pelaksanaannya.
- 3) Membina hubungan baik dengan nasabah untuk mengembangkan portofolio yang telah ada.
- 4) Memantau portofolio pembiayaan, pendanaan dan jasa untuk memastikan kualitas portofolio.
- 5) Membina, mengarahkan, mengawasi kegiatan operasional sesuai dengan system dan prosedur.

###### b. Audit Internal

Tugas pokok Audit Internal adalah :

- 1) Melakukan proses identifikasi, penilaian, pengukurandan monitoring terhadap kualitas service dan proses operasi atas kegagalan pelaksanaano perasional.

- 2) Melaksanakan pengawasan service dan proses operasi.
- 3) Sebagai narasumber untuk implementasi kebijakan pengawasan kualitas service dan operasi.
- 4) Melaporkan hasil pengawasan kepada pimpinan cabang.
- 5) Memberikan masukan kepada operation manager dan pimpinan cabang dalam rangka perbaikan proses kebijakan.
- 6) Bagian dari tim operasional cabang dan OQA (operations quality assurance) kantor pusat yang harus bekerja secara tim maupun independen.

c. Operational Manager

Tugas pokok Operational Manager adalah :

- 1) Pembinaan karyawan operasi cabang.
- 2) Menjaga dan mengkoordinasi persiapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan.
- 3) Mengelola operasional cabang.
- 4) Melakukan koordinasi kepada karyawan di jajaran operasional dan pihak terkait lainnya dalam rangka implementasi kebijakan dan aturan yang berlaku.
- 5) Membentuk teamwork yang solid dan komunikasi yang efektif di operasional cabang serta pengembangan karir dan pelatihan yang dibutuhkan oleh karyawan jajaran operasional cabang.

d. Funding Officer

Tugas pokok funding officer adalah :

- 1) Menyusun Rencana Pemasaran Tahunan (RPT) produk dan jasa serta mengkonsultasikan dengan pimpinan dalam rangka menerapkan rencana kerja anggaran.
- 2) Menyusun rencana kerja bulanan berdasarkan RPT.
- 3) Mengidentifikasi sumber dan potensial atau calon nasabah agar lebih difokuskan.
- 4) Melaksanakan aktivitas penjualan produk terutama kepada nasabah potensial.
- 5) Melakukan kegiatan pemasaran produk dan jasa.
- 6) Melakukan hasil-hasil pencapaian kepada atasan sebagai bahan evaluasi.

e. Account Officer

Tugas pokok Account Officer adalah :

- 1) Menyusun Rencana Pemasaran Tahunan (RPT) pembiayaan serta mengkonsultasikan dengan pimpinan dalam rangka menerapkan rencana kerja anggaran.
- 2) Menyusun rencana kerja bulanan berdasarkan RPT.
- 3) Membuat rencana kunjungan mingguan guna mencapai target yang telah ditentukan.
- 4) Memasarkan pembiayaan sesuai RPT dan rencana kerja bulanan untuk mencapai portofolio pembiayaan.

- 5) Mengelola tingkat kesehatan pembiayaan.
- 6) Memproses pembiayaan baru ataupun perpanjang.
- 7) Melakukan kunjungan dalam rangka pembinaan.
- 8) Membuat laporan realisasidari RPT, rencana kerja bulanan, mingguan.
- 9) Memberikan layanan sebaik mungkin kepada nasabah.
- 10) Melaksanakan tindak lanjut audit sesuai dengan bidang tugasnya.
- 11) Melakukan tugas kedinasan dari atasan untuk mencapai target.

f. Teller

Tugas pokok teller adalah :

- 1) Melaksanakan transaksi operasional tunai dan non tunai sesuai dengan limit berdasarkan instruksi, kebijakan dan aturan.
- 2) Memperhatikan dan menjaga kebersihan lingkungan kerja terutama counter teller.
- 3) Menyimpan dan mengelola peralatan kerja dengan baik dan rapi.
- 4) Melaksanakan dan berkordinasi secara proaktif dengan supervisor dan karyawan lainnya dalam rangka implementasi kebijakan dan aturan untuk setiap layanan operasi EO.

5) Sebagai bagian dari tim operasi yang harus dapat bekerjasama dan mengikuti pelatihan.

g. Customer Service

Tugas pokok Customer Service adalah :

- 1) Memberikan informasi produk yang ada (informasi saldo simpanan, transfer maupun pembiayaan) guna memberikan pelayanan yang maksimal.
- 2) Membantu nasabah yang memerlukan pengisian aplikasi dan atau jasa.
- 3) Menerima, menginventarisir dan menindaklanjuti complain nasabah
- 4) Membina hubungan dan kerjasama dengan pihak – pihak terkait (internal maupun eksternal).
- 5) Melaksanakan tugas dan lainnya yang diberikan.

h. Financing Administration and Reporting

Tugas pokok Financing Administration and Reporting adalah :

- 1) Melakukan proses penyediaan dan pencairan pembiayaan sesuai dengan ketentuan.
- 2) Membuat checklist sesuai standart sebelum proses realisasi pembiayaan.
- 3) Memeriksa kebenaran dokumen pembiayaan.
- 4) Memeriksa kelengkapan dokumen pembiayaan sebelum penyimpanan.

- 5) Menyusun file pembiayaan sesuai aturan.
- 6) Melakukan pengadministrasian pengkinian dokumen nasabah kedalam file pembiayaan berdasarkan file dari AO.
- 7) Melakukan pencatatan, pemisahan dan penyimpanan untuk file pembiayaan yang telah lunas.
- 8) Melakukan penutupan dan perpanjangan asuransi yang telah jatuh tempo atas agunan nasabah.
- 9) Instruksi pemindah bukuan biaya premi asuransi, notaris appraisal sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 10) Mengkoordinasikan dengan AO untuk biaya penutupan asuransi.
- 11) Monitoring Cover Note asuransi.
- 12) Memproses penukaran, perpanjangan, perubahan dan pengambilan agunan nasabah.
- 13) Memastikan pembiayaan yang telah selesai dan akan mengambil agunan sudah tidak ada tanggungan.
- 14) Membuat intruksi pendebitan rekening nasabah untuk pelunasan dipercepat kepada operasional sesuai permintaan AO.
- 15) Menindaklanjuti rekening-rekening tabungan sementara untuk biaya-biaya asuransi, notaris, dengan instruksi pembayaran biaya-biaya tersebut berdasarkan tagihan yang masuk.

- 16) Bertanggungjawab dalam menyampaikan supporting data secara akurat dan tepat kepada SKAI atau pihak eksternal terkait.
- 17) Membuat laporan pembiayaan untuk kepentingan internal maupun eksternal (BI).
- 18) Melakukan seluruh aktivitas sesuai service level agreement.
- 19) Menjalankan tugas yang diberikan atasan berkaitan dengan pekerjaan dokumen-dokumen serta menyiapkan laporan-laporan bidang logistiker.

i. Back Office

Tugas pokok Back Office adalah :

- 1) Mengadministrasikan masuk inventaris dan aktiva tetap dengan bentuk dokumen asli maupun data di aplikasi.
- 2) Mengatur pembagian supir, OB (Office Boy), satpam untuk kelancaran operasional.
- 3) Mengadministrasikan biaya-biaya eksploitasi kantor sesuai kewenangan yang dimiliki untuk menjaga efektifitas dan efisien biaya.
- 4) Mengadministrasikan register aktiva tetap, penyusutan, biaya-biaya, inventaris kantor, kas kecil untuk menjaga tertib administrasi kantor.
- 5) Melaksanakan transaksi pemindahbukuan sesuai jumlah nominal transaksi

6) Menginput aplikasi transfer dan setoran kliring pada sistem SKN BI.

## 2. Produk dan Layanan PT. Panin Bank Syariah Tbk.

### a. Produk Dana

- 1) Tabungan PaS adalah Tabungan PaS iB adalah Tabungan yang memberikan kebebasan untuk Anda dalam bertransaksi di Panin Bank Syariah, yang tetap aman dan terpercaya.
- 2) Tabungan Fleksibel adalah Memberikan manfaat lebih Tabungan Fleksibel iB memberikan tingkat nisbah semakin tinggi dengan semakin besarnya saldo mengendap dan bebas biaya administrasi bulanan.
- 3) Tabungan Bisnis adalah Merupakan rekening tabungan investasi yang memungkinkan anda mengelola dana bisnis dengan hasil yang optimal.
- 4) Giro PaS iBadalah Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah demi mendukung kelancaran usaha anda.
- 5) Deposito Pas adalah Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah.

- 6) Simpanan Fleximax adalah Simpanan dengan cara penarikan yang fleksibel sesuai rencana anda dengan hasil optimal.
  - 7) Tabungan Umrah PaS adalah Rekening tabungan berprinsip wadiah dengan jumlah setoran awal yang ringan ditujukan untuk perencanaan ibadah Umrah anda.
  - 8) Tabungan Rencana PaS adalah Tabungan berjangka yang ditujukan untuk membantu anda memenuhi segala rencana dengan 2 pilihan jenis setoran rutin atau non rutin (bebas) yang dilengkapi dengan asuransi jiwa.
- b. Produk Jasa
- 1) ATM Card PaS adalah Merupakan sarana untuk melakukan transaksi penarikan, dan pemindahbukuan dana pada ATM Panin Bank Syariah.
  - 2) SDB PaS adalah Safe Deposit Box PaS iB merupakan layanan penyewaan safe deposit box Panin Bank Syariah yang dapat membantu nasabah merasa aman dan nyaman dalam menyimpan dokumen ataupun benda berharga.
- c. Jasa Operasional
- 1) PBS Kliring adalah Penagihan warkat bank lain di mana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah kliring.
  - 2) PBS Intercity Clearing adalah Jasa penagihan warkat (cek/bilyet giro valuta rupiah) bank di luar wilayah kliring

dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.

- 3) PBS RTGS (Real Time Gross Settlement) adalah Jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara real time. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit.
- 4) Transfer Dalam Kota (LLG) adalah Jasa pemindahan dana antar bank dalam satu wilayah kliring lokal.
- 5) PBS Referensi Bank adalah Surat Keterangan yang diterbitkan oleh Panin Bank Syariah atas dasar permintaan dari nasabah untuk tujuan tertentu.
- 6) PBS Standing Order adalah Fasilitas kemudahan yang diberikan Panin Bank Syariah kepada nasabah yang dalam transaksi finansialnya harus memindahkan dari suatu rekening ke rekening lainnya secara berulang-ulang. Dalam pelaksanaannya nasabah memberikan instruksi ke bank hanya satu kali saja.

d. Produk Pembiayaan

- 1) Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) PaS adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian properti berupa rumah, ruko/rukan, baik baru maupun bekas, di lingkungan

developer maupun non developer, pembangunan (konstruksi) dan renovasi.

- 2) Pembiayaan Pemilikan Mobil PaS adalah Merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem cicilan.
- 3) Pembiayaan Investasi (PI) PaS adalah Fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada perorangan, badan usaha maupun badan hukum untuk kebutuhan investasi.
- 4) Pembiayaan Modal Kerja (PMK) PaS adalah Fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada perorangan, badan usaha maupun badan hukum untuk kebutuhan modal kerja.
- 5) Pembiayaan Multi Jasa (PMJ) PaS adalah Merupakan pembiayaan untuk pemenuhan kebutuhan serbaguna yang bersifat jasa/manfaat yang dibutuhkan nasabah.
- 6) Bank Garansi PaS adalah Merupakan produk layanan dari Panin Bank Syariah (PBS) dalam penerbitan Bank Garansi yang menjadi mitra proyek Anda dalam transaksi bisnis dalam & luar negeri.

e. Produk Tresuri

Layanan Tresuri, adalah Tresuri Panin Bank Syariah memberikan layanan transaksi tresuri meliputi :

- 1) Transaksi penempatan dan peminjaman dana melalui pasar uang antar bank.

- 2) Perdagangan/investasi sukuk pemerintah, korporasi serta surat berharga lainnya.
- 3) Rekening nostro (mata uang Rupiah).

#### **4.2 Pembahasan Data Hasil Penelitian**

Selain daripada pengumpulan data dengan cara wawancara dengan informan/responden kunci, peneliti juga menggunakan metode pengamatan langsung. Peneliti mendapatkan kesempatan-kesempatan pengumpulan data yang lain selama waktu pengunjungan lapangan. Data tersebut adalah gambaran situasi lingkungan kerja para pegawai yang akan dipaparkan oleh peneliti selanjutnya.

##### **4.2.1 Situasi Lingkungan Kerja PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang**

Ada beberapa situasi yang menurut peneliti dapat dijadikan sebagai pendukung dari hasil wawancara dengan para informan kunci yang dalam hal ini adalah Bapak Eko Rohmat Ferdiansyah selaku Kepala Cabang, Bapak Buyung salah satu karyawan Account Officer, dan Ibu Dinda selaku Teller di kantor tersebut. Situasi yang akan digambarkan peneliti di bawah ini merupakan pengamatan langsung dari peneliti sewaktu melakukan penelitian.

Situasi lingkungan kerja pertama yang menarik perhatian dari peneliti adalah budaya kekeluargaan diantara pegawai. Budaya kekeluargaan tersebut terlihat ketika pegawai akan saling membantu

satu sama lain ketika dibagiannya mengalami kesulitan, misalnya seorang teller membutuhkan data informasi nasabah yang didapat dari BI Checking. Dan para pegawai tidak segan-segan untuk membantu memberikan solusi atau jawaban kepada pegawai lain yang bertanya misalnya. Gambaran lain yang didapat peneliti adalah diantara pegawai tidak pernah mengganggu pegawai lainnya jika sedang bekerja, dan akan bercanda jika tidak sedang bekerja (istirahat atau selesai jam operasional bank).

Berikut ini peneliti sajikan petikan wawancara mengenai lingkungan kerja di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang :

“Bagaimana situasi lingkungan kerja di bank ini?”

“Situasi kerja di bank kami selalu mengedepankan kekeluargaan. Baik itu ketika kerja, ketika istirahat, beribadah, maupun ketika makan. Karena rata-rata semua pegawai di bank ini menghabiskan waktu mereka dalam 1 hari di tempat kerja daripada dirumah atau diluar kantor. Rasa kekeluargaan yang ada pada kami terbentuk dengan sendirinya. Sehingga tercipta suatu kenyamanan dalam bekerja.”

Para pegawai selalu mengedepankan persatuan, tidak terpecahpecah antar unit bagian. Terlebih di bagian Account Officer (Marketing) yang membutuhkan kekompakan dalam bekerja karena mereka mempunyai target-target yang harus dicapai setiap bulannya. Salah satu contohnya adalah mereka bekerja bertujuan untuk mendapatkan prestasi bagi unit bagian mereka akan tetapi mereka lebih mengedepankan kesuksesan dan prestasi bagi seluruh bagian dalam arti kesuksesan PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor

Cabang Malang. Antar unit bagian akan selalu saling melengkapi,berhubungan dan berkonsultasi dalam bekerja. Karena merekaberanggapan kesuksesan mereka adalah kesuksesan bagi PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

Jadi kesuksesan satu bagian juga merupakan kesuksesan bagibagian lainnya yang berarti seluruh PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang”. Hal serupa juga ditegaskan oleh Bapak Tukiran selaku Manager Operasional, beliau menyatakan bahwa penilaian kinerja bukan berdasarkan unit bagian akantetapi seluruh PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

Yang lebih menarik perhatian dari peneliti adalah situasilingkungan dalam hal ibadah.Sungguh mereka selalu mengedepankanibadah mereka daripada pekerjaan mereka. Dalam hal ini peneliti telahmelihat bahwa pada waktu shalat dzuhur dan ashar telah tiba makamereka akan shalat bergantian, akan tetapi luar biasanya pasti merekaakan berjamaah walaupun dalam skala kecil dan mereka masbuq.Mereka lebih memilih shalat berjamaah daripada shalat sendirian jikaada orang (walaupun selain pegawai) yang akan atau masih shalat.

Hal yang luar biasanya lagi adalah mereka akan salingmengingatkan dalam hal ibadah. Sebagai salah satu contoh ketepatan waktu karyawan dalam mengerjakan sholat.Jika ada salah satu pegawai yang tahubahwa dia belum shalat maka akan langsung

diingatkan, dan yang diingatkan akan langsung pergi shalat. Kegiatan lainnya adalah adanya kegiatan rutin mingguan membaca surat Yaasin yang diadakan setiap hari jum'at sebelum jam operasional bank dibuka. Kegiatan rutin mingguan ini sangat mempunyai pengaruh positif bagi seluruh karyawan sebagai upaya mendekatkan diri kepada Allah SWT, disamping kesibukan mereka dalam bekerja selama satu minggu.

Bukan hanya lingkungan kekeluargaan diantara pegawai sajayang nampak, akan tetapi para pegawai juga memperhatikan nasab nasabah setia mereka. Sebagai contoh ada salah seorang istri dari nasabah PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang melahirkan, maka pimpinan dengan beberapa karyawan mempunyai ide untuk menjenguk mereka dengan membawa sebuah bingkisan. Dari kegiatan seperti itulah maka secara tidak langsung maka akan menambah loyalitas nasabah terhadap PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

Berikut ini peneliti sajikan petikan wawancara dengan bapak Buyung selaku informan selama penelitian :

“Apa bentuk sosial dari bank bapak kepada nasabahnya?”

“Oh iya mas, beberapa hari yang lalu salah satu nasabah utama/prioritas kami melahirkan anak keduanya. Dan kebetulan sekali Pak Eko selaku kepala cabang tau berita tersebut, maka dia menyuruh beberapa karyawan AO untuk menjenguk nasabah yang melahirkan itu dengan membawa barang-barang bayi. Jadi salah satu bentuk care kami terhadap masyarakat adalah fenomena kejadian tersebut”

#### 4.2.2 Nilai-Nilai Khilafah

Sebelum mengetahui nilai-nilai khilafah yang ada di karyawan marketing PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang, berikut ini peneliti sajikan penelitian terdahulu yang bisa dijadikan perbandingan dengan penelitian sekarang. Penelitian yang membahas tentang nilai-nilai khilafah belum banyak dilakukan, sehingga penjelasan tentang penelitian dibawah ini dapat memudahkan kita memahami tentang penelitian yang sekarang.

Penelitian yang oleh Husain Anwar (2009) telah menjelaskan secara luas terfokus pada upaya menganalisis dan menemukan nilai-nilai etika yang terakumulasi baik dalam al-Quran maupun al-Hadist yang menjadi pandangan hidup yang utama dalam operasionalisasi sistem perbankan syariah. Kemudian fokus bahasan tertuju pada pola tingkah laku atau tindakan karyawan dan nasabah yang melakukan aktivitas perbankan syariah dengan berpatokan pada muatan-muatan norma etika. Yang meliputi unsur perintah, larangan, atau kebolehan melakukan sesuatu yang terkait dengan transaksi perbankan syariah di perbankan syariah.

Dan pemahaman tentang nilai-nilai etika yang dimaksud pada penelitian ini adalah yang berdasarkan Al-Quran dan Al-Hadist. Yaitu Nilai Khilafah yang terkait dengan masalah kepemimpinan. Nilai Khilafah tercakup dalam Q.S. al-Baqarah/2: 30

وَ إِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً قَالُوْۤا اَجْعَلْ فِيْهَا مَنْ  
 يُفْسِدُ فِيْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَ نَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَ نُقَدِّسُ لَكَ قَالَ اِنِّيْۤ اَعْلَمُ  
 مَا لَا تَعْلَمُوْنَ

“Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."

#### 1. Nubuwwah (kenabian)

Manusia tidak hanya sekedar dilahirkan ke dunia tanpa ada manfaat yang berarti. Akan tetapi lebih dari itu Allah SWT sudah menegaskan bahwa tidak ada sesuatupun di jagad raya ini beserta segala isinya yang tidak bermanfaat. Semua ada manfaatnya minimal makhluk tersebut bermanfaat bagi makhluk yang sejenis dengannya.

Nabi Muhammad SAW sebagai panutan bagi umat islam telah mengajarkan banyak bagaimana beliau dalam berkata, bertindak, maupun bermuamalah dengan manusia selama hidup. Diantara sifat beliau yang berhubungan dengan karyawan marketing PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang adalah Shidiq(jujur). Menurut observasi peneliti ketika salah seorang karyawan marketing bertemu dengan nasabah, mereka menerangkan produk-produk dari bank dengan jujur dan sesuai ada apanya. Hal inilah yang merupakan salah satu implementasi nilai

khilafah pada karyawan marketing PT. Panin Bank Syariah Tbk.  
Kantor Cabang Malang.

## 2. Insaniyah (kemanusiaan)

Prinsip Insaniyah sangat menghargai hak-hak kemanusiaan seseorang dan lebih mengedepankan semangat kebersamaan. Serta kepentingan manusia yang lebih besar dan tidak mendahulukan kepentingan perorangan atau individu.

Prinsip Insaniyah antara lain mengacu pada Q.S. al-Isra/17: 53

أَبَ الشَّيْطَانِ إِنَّ بَيْنَهُمْ يُنْزَعُ الشَّيْطَانِ إِنَّ أَحْسَنُ هِيَ الَّتِي يَقُولُوا الْعِبَادِي وَقُلْ  
مُبِينًا عَدُوًّا لِلْإِنْسَانِ ۝

“ dan Katakanlah kepada hamba-hamba-Ku: "Hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang lebih baik (benar). Sesungguhnya syaitan itu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia.”

## 3. Ukhuwah (solidaritas)

Solidaritas sosial mesti dipupuk dalam konteks ini bahwa harta yang ada diberdayakan untuk memperkuat ketahanan sosial ekonomi di kalangan masyarakat. Masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan baik jika terdapat sumber-sumber ekonomi yang berdayaguna dan berguna. Transaksi ekonomi yang ada di masyarakat dapat memperteguh ikatan sosial (silaturahmi) di antara sesama warga masyarakat.

Prinsip Ukhuwah (solidaritas) sesama ini disebutkan dalam

Q.S. al-Hujurat/49: 10

﴿تَرْحَمُونَ لِعَلَّكُمْ اللَّهُ وَاتَّقُوا أَخَوِيكُمْ بَيْنَ فَآصِلِحُوا إِخْوَةَ الْمُؤْمِنُونَ إِنَّمَا

“Orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.”

Perwujudan dari prinsip ukhuwah sebenarnya dapat dilihat pada terciptanya rasa saling menghargai diantara sesama manusiaserta tidak menebar permusuhan dan kebencian dikalangan sesama. Transaksi bisnis yang dilakukan seharusnya bisa menjadi transaksi bisnis yang murni dapat menciptakan rasa cinta kasih sebagai manusia.

#### 4. *Ta'awun* (tolong-menolong)

Prinsip *Ta'awun* atau biasa disebut dengan tolong-menolong mengandung makna bahwa muamalah dalam Islam tidak semata-mata memandang bahwa hanya pihak pemilik harta yang mempunyai hak untuk melakukan bisnis, akan tetapi semua pihak berhak untuk terjun dalam dunia bisnis. Prinsip

*Ta'awun* ini berdasarkan Q.S. al-Maidah/5: 2

وَلَا الْقَلْبِدَ وَلَا الْهَدَىٰ وَلَا الْحَرَامَ الشَّهْرَ وَلَا اللَّهُ شَعْبِرَ تَحْلُوا آءَامَنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا  
مُّ وَلَا فَآصْطَادُوا حَلَلْتُمْ وَإِذْ أَوْرِضُوا نَارِهِمْ مِّنْ فَضْلًا يَبْتَغُونَ الْحَرَامَ الْبَيْتِ ءَامِينَ  
لِي وَتَعَاوَنُوا تَعْتَدُوا وَأَنَّ الْحَرَامَ الْمَسْجِدِ عَنِ صَدُّكُمْ أَنَّ قَوْمِ شَنْتَانَ تُجْرَمَنَّكَ

عِقَابٍ شَدِيدٍ إِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ وَآتَقُوا أَوَّلَ الْعُدْوَانِ إِلَّا تَمْرَعَلَى تَعَاوَنُوا أَوْلَا وَالْتَقَوَى الْبِرِّءِ



“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu Telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum Karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Prinsip *Ta'awun* memperjelas relasi bisnis dalam Islam bahwa yang kaya harus membantu yang miskin, yang kuat membantu yang lemah, yang menempati posisi diatas membantu mereka yang kebetulan berada pada posisi terbawah, yang memiliki modal membantu mereka yang tidak memiliki modal dalam kegiatan bisnis. Sehingga merasa tidak ada yang terpinggirkan. Kesejahteraan dan kemakmuran yang ingin diciptakan adalah kesejahteraan dan kemakmuran bersama di bawah lindungan Allah SWT.

##### 5. Professionalitas

Profesionalitas tidak hanya diukur pada keterampilan (skill) seseorang terhadap pekerjaan atau keahlian dalam jabatan yang diberikan kepadanya, tetapi lebih dari itu bahwa profesionalitas juga menyangkut kecerdasan bersikap dan bertindak seseorang

pada kompetensi seseorang dalam merancang pekerjaannya. Profesionalitas bukan cuma tertuju pada kompetensi seseorang dalam merancang, menata, menganalisis, dan melahirkan sebuah konsep dalam pekerjaannya. Tetapi profesionalitas juga harus tertuju pada tanggung jawab, kemampuan berkomunikasi, penuh dedikasi, memiliki kecerdasan sosial, dan menjiwai semua pekerjaan yang dilakukan. Dalam perspektif Islam, seseorang dianggap memiliki profesionalitas tinggi, minimal mengkristal sebuah kesadaran etik, sikap amanah, shiddiq, tabligh, dan fathanah.

Prinsip Profesionalitas searah dengan Q.S. al-Maidah/5: 92

نَعْرِسُؤْلِنَا عَلَىٰ أَنَّمَا عَلَّمُوا تَوَلَّيْتُمْ فَإِنِ وَاحْدَرُوا الرَّسُولَ وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا  
 ٱلْمُبِينِ ٱلْبَدَا

“Dan taatlah kamu kepada Allah dan taatlah kamu kepada Rasul-(Nya) dan berhati-hatilah. jika kamu berpaling, Maka ketahuilah bahwa Sesungguhnya kewajiban Rasul Kami, hanyalah menyampaikan (amanat Allah) dengan terang.”

#### 6. Bertanggungjawab

Tanggungjawab diistilahkan juga dengan amanat yang dijalankan oleh orang yang memiliki skill tersendiri, seperti dijelaskan dalam Q.S. al-Nisa/4: 58

تَحْكُمُوا أَن النَّاسِ بَيْنَ حَكْمَتُمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَىٰ ٱلْأَمْنَتِ تَتَوَدُّوْنَ أَن يَأْمُرَكُمْ ٱللَّهُ إِنَّ  
 بِصِيرًا سَمِيْعًا كَانَ ٱللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعْظُمُ نِعْمًا ٱللَّهُ إِنَّ يَأْعَدَل

*“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.”*

Tanggungjawab menurut pengertian ini adalah tanggungjawab yang tidak hanya dilakukan pada saat di dunia ini, tetapi tanggungjawab juga tetap akan dimintai setelah hidup di dunia ini. Tanggungjawab yang diwujudkan di alam nyata ini adalah hal yang mudah. Seperti contohnya seseorang bisa saja lari dari tanggungjawabnya, namun seseorang tidak bisa lari sama sekali ketika ia dimintai pertanggungjawabannya di akhirat.

#### 4.2.3 Implementasi Nilai Etika Perbankan Syariah Pada Karyawan Marketing.

Setelah penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat ditemukan beberapa data dari hasil wawancara dengan tiga responden/informan kunci, yang dalam hal ini adalah Bapak Eko Rohmat Ferdiansyah selaku Kepala Cabang, Bapak Buyung salah satu karyawan Account Officer, dan Ibu Dinda selaku Teller.

Penyusunan hasil data akan dipaparkan secara terurut sesuai dengan implementasi nilai etika perbankan syariah yang dipaparkan oleh peneliti di atas :

### 1. Nubuwwah (kenabian)

Nilai etika perbankan syariah yang pertama adalah nubuwwah yang berarti kenabian. Prinsip nubuwwah menurut ekonomi Islam merupakan landasan etis dalam ekonomi mikro. Prinsip nubuwwah mengajarkan bahwa fungsi kehadiran seorang Rasul/Nabi adalah untuk menjelaskan syariah Allah SWT kepada umat manusia.

Sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh semua manusia (pelaku bisnis, pemerintah dan segenap manusia) dari Nabi Muhammad SAW, setidaknya ada empat, yaitu shiddiq, amanah, tabligh dan fatanah.

Wawancara dengan Bapak Eko adalah sebagai berikut :

“Apa nilai inti marketing syariah?”

“Pertama, Integrity atau tidak bohong. Kedua, Transparansi. Kejujuran merupakan nilai tertinggi dari sifat seorang AO yang bekerja di dunia perbankan terlebih perbankan syariah. Orang kan tidak boleh berbohong. Dan rahasia nasabah kami merupakan rahasia bank yang dilindungi UU Perbankan dan Perdata.”

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa para karyawan marketing PT. Panin Bank Syariah Kantor Cabang Malang bekerja sesuai dengan apa yang ada pada SOP (Standard Operational Procedure). Para pegawai selalu mengutamakan kejujuran. Maksudnya adalah bahwa seluruh karyawan sadar bahwa kejujuran adalah yang terpenting dalam segala hal. Dan juga mereka takut jika berbohong bukan hanya berdampak pada pekerjaan mereka akan tetapi berdampak pada hadapan Sang Pencipta. Kejujuran bukan hanya mereka perlihatkan dalam bekerja

dan berkomunikasi satu sama lain, tetapi juga kejujuran dalam mengelola harta titipan dari nasabah karyawan marketing tersebut. Ada satu kesepakatan pendapat dari ketiga informan, yaitu mereka akan menuliskan laporan kinerja karyawan-karyawannya sesuai apa adanya. Jika kinerja mereka menurun maka akan ditulis menurun begitu juga sebaliknya.

## 2. Insaniyah (kemanusiaan)

Sikap Insaniyah (kemanusiaan) ini telah ada pada kehidupan sehari-hari para karyawan di PT. Panin Bank Syariah Kantor Cabang Malang. Ibu Dinda selaku Teller di bank tersebut mengatakan bahwa dasar utama bekerja di perusahaan ini adalah berpegang teguh pada salah satu hadis Rasulullah SAW yaitu “Sebaik-baik kamu adalah yang bermanfaat bagimu dan orang lain”. Hal inilah yang menjadi kunci kelanggengan yang ada pada di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang.

Wawancara antara peneliti dengan Ibu Dinda adalah sebagai berikut :

“Bagaimana sikap karyawan marketing ketika berhadapan dengan nasabahnya? Sebagai contoh ketika karyawan tersebut menawarkan produknya.”

“Karyawan marketing yang ada di bank kami rata-rata sudah banyak pengalaman tentang bagaimana ketika mereka sedang bertemu nasabahnya. Salah satu cara agar menarik minat nasabahnya, marketing berusaha mengikuti sifat dan karakter nasabahnya. Ketika nasabahnya adalah seorang yang humoris, maka marketingnya harus pintar menyesuaikan dengan sifat nasabahnya. Dan dengan cara ini seorang marketing akan lebih mudah masuk ke dalam inti pembicaraan mereka.”

### 3. Ukhuwah (persatuan)

Kata Ukhuwah berarti persaudaraan. Maksudnya perasaan simpati atau empati antara dua orang atau lebih. Masing-masing pihak memiliki perasaan yang sama, baik suka maupun duka. Jalinan perasaan itu menimbulkan sikap timbal balik untuk saling membantu bila pihak lain mengalami kesulitan.

Dan berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa karyawan PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang selalu berusaha melakukan yang terbaik dalam bekerja. Berdasarkan pengamatan langsung, peneliti dapat menyatakan bahwa rasa ukhuwah sangat terlihat diantara karyawan marketing satu sama lain yang saling menghormati, tidak ada hasut-menghasut, tidak ada yang berobsesi untuk memegang kekuasaan tertinggi sehingga menjatuhkan teman kerjanya.

### 4. *Ta'awun* (tolong-menolong)

Sikap saling tolong menolong disini bukan berarti pegawai lainnya dapat meninggalkan amanahnya dan menitipkan ke teman kerja untuk dikerjakan. Akan tetapi hasil dari observasi yang peneliti lakukan adalah karyawan marketing akan saling menolong jika pegawai kesulitan untuk mengerjakan tugas tersebut. Jika ada yang bertanya tentang sesuatu maka pegawai tersebut akan dengan senang hati memberitahunya.

Implementasi dari *ta'awun* (tolong-menolong) yang dilakukan oleh karyawan marketing berdasarkan observasi peneliti adalah ketika salah seorang marketing membantu nasabah yang ingin melakukan BI Checking. Seorang marketing segera membantu nasabah dengan pelayanan yang baik yang ditunjukkan dengan tutur kata yang sopan dan meminta nasabah tersebut untuk menunggu di bank. Marketing tersebut juga memerlukan data dari BI Checking rekening nasabah guna keperluan kelengkapan laporan administrasi dari nasabah.

Berdasarkan fenomena kejadian tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat nilai *ta'awun* (tolong-menolong) antara karyawan marketing dengan nasabah. Dengan adanya *ta'awun* maka suatu pekerjaan dapat dilaksanakan dengan sangat mudah dibandingkan dikerjakan sendirian. Konsep *ta'awun* adalah adanya saling tolong menolong antar pegawai sehingga dapat menjalin hubungan silaturahmi yang baik.

#### 5. Profesionalitas

Seseorang dikatakan profesional jika ia memiliki keahlian dan sungguh-sungguh dalam menyelesaikan pekerjaannya. Makin baik dan sempurna hasil pekerjaan yang dilakukannya, kita akan sepakat mengatakan itulah profesional sejati. Di samping itu, ciri dari seorang profesional adalah adanya etos kerja yang tinggi dan selalu bersemangat dalam bekerja. Etos kerja inilah yang membuat seseorang mampu bekerja dengan baik dan

optimal. Profesional didefinisikan sebagai kemampuan menangani amanah, pekerjaan yang dibebankan kepada seseorang dengan latar belakang ilmu dan kapasitas yang dimilikinya. Tanpa melihat usia atau lama dia bekerja pada sebuah perusahaan.

Berikut ini peneliti sajikan petikan wawancara dengan Bapak Heru salah seorang Account Officer :

“Bagaimana kerja anda sewaktu pimpinan/kepala cabang tidak berada di kantor?”

“Jujur mas, kami disini bekerja dengan penuh tanggungjawab. Kami bekerja sesuai dengan SOP yang ditetapkan. Meskipun kadang pekerjaan kami sangat berat tapi itu merupakan konsekuensi dalam pekerjaan. Dan ketika kami mendapatkan hasil dari pekerjaan, kami selalu bersyukur dan tidak cepat puas. Kami selalu berusaha untuk berbuat yang lebih baik lagi di hari esok demi kemajuan Bank Panin sendiri.”

PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang menuntut semua karyawannya untuk berusaha mempunyai profesionalitas kerja yang tinggi dalam bekerja. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Eko Rohmat Ferdiansyah, dia lebih memilih ikhlas bekerja dengan niat secara tidak langsung karyawan-karyawan di bank ini akan terlatih mempunyai sikap profesionalitas kerja. Implementasi nilai etika perbankan syariah yang ada pada karyawan marketing PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang ini mempunyai manfaat yang baik demi kemajuan ekonomi syariah di Indonesia

6. Bertanggungjawab

Salah satu bentuk sikap tanggung jawab yang ditunjukkan oleh Bapak Eko Rohmat Ferdiansyah sebagai kepala cabang adalah bahwa dalam bekerja beliau selalu berdasarkan Standard Operational Prosedure (SOP) perusahaan. Tanggung jawab beliau adalah melaksanakan dengan sungguh-sungguh apa yang tertera pada SOP tersebut. Sikap tanggung jawab lainnya yang ditunjukkan adalah jika beliau telah berjanji beliau akan memenuhi janji tersebut walaupun beliau harus membayar denda karena terlambat ketika ikut briefing setiap pagi sebelum jam operasional bank. Dan juga beliau berusaha bertanggung jawab atas apa yang telah beliau lakukan, misalnya beliau mempunyai kesalahan kepada nasabah maka beliau akan segera meminta maaf dan mengklarifikasi kesalahan tersebut. Sikap serupa juga diperlihatkan oleh seluruh karyawan bagian marketing, mereka senantiasa berusaha agar datang minimal 10 menit lebih awal ketika mempunyai janji dengan nasabah.

#### 4.2.4 Upaya PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang Dalam Menjamin Implementasi Nilai Khilafah Oleh Karyawan Marketingnya.

Sewaktu peneliti mewawancarai Pak Buyung, salah satu karyawan Account Officer yang sudah lumayan lama di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang beliau memberikan informasi tentang upaya PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor cabang Malang dalam upaya menjamin implementasi nilai khilafah terutama karyawan marketingnya. Dibawah ini adalah wawancara peneliti dengan beliau :

“Setelah mengetahui implementasi nilai khilafah pada karyawan marketing tersebut, bagaimana upaya PT. Panin Bank Syariah dalam menjamin agar implementasinya terus berlanjut diterapkan?”

“Ada beberapa upaya bank kami dalam menjaga implementasi nilai khilafah tersebut diantaranya :

1. Pengajaran dan pelatihan tentang etika perbankan dan nilai khilafah.
2. Pemahaman tentang visi dan misi perusahaan.
3. Role Play yang dilakukan secara rutin oleh setiap karyawan marketing.
4. Melalui cara test bagi karyawan marketing yang baru bekerja di perusahaan.
5. Melalui ujian bagi karyawan marketing yang baru bekerja di perusahaan.
6. Adanya Mystery Shoperyaitu Orang suruhan dari pusat yang sengaja melakukan pengetesan terhadap karyawan marketing.”

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Nilai Khilafah didapat dari sistem pemerintahan Islam yang mempunyai aspek Ekonomi Islam berdasarkan Al-Quran dan Sunnah Rasul SAW. Dalam ekonomi Islam, nilai khilafah dapat diterapkan dengan tanggung jawab berperilaku ekonomi dengan cara yang benar. Falsafah dasarnya sistem Ekonomi Islam terbangun dalam segitiga piramida Aqidah, Syariah dan Akhlaq (Al-Quran, Sunnah, *Ijma'*, dan Qiyas) yang mempengaruhi pada seluruh kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi tersebut baik perilaku konsumsi, perilaku produksi, perilaku distribusi, perilaku simpanan (saving) dan perilaku investasi.
2. Implementasi dari nilai Khilafah yang ada di PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang adalah implementasi sikap atau tindakan yang ada pada karyawan marketing didasari oleh Iman kepada Allah SWT dan RasulNya, spiritual ibadah/agama, dan akal pikiran dan hati. Dan menghasilkan tindakan/aktivitas untuk memenuhi kebutuhan kehidupan dunia maupun akhirat dengan selalu memegang prinsip dan aturan-aturan ajaran Islam demi mendapatkan ridha Allah SWT. Adapun Implementasi nilai-nilai etika tersebut adalah :

- a. Nubuwwah (kenabian)
  - b. Insaniyah (kemanusiaan)
  - c. Ukhuwah (persatuan)
  - d. *Ta'awun* (tolong-menolong)
  - e. Profesionalitas
  - f. Bertanggungjawab
3. Dalam implementasi nilai khilafah pada karyawan marketing banyak mengalami kendala-kendala. Dan solusi dari kendala tersebut adalah PT. Panin Bank Syariah Kantor Cabang Malang mempunyai Standard Operational Prosedure (SOP). Sikap dan tindakan dari karyawan marketing yang sesuai dengan nilai khilafah harusnya sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan oleh perusahaan. SOP yang telah ditetapkan bukan hanya sebagai pedoman bagi karyawan marketing saja, akan tetapi pedoman bagi seluruh karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab dalam bekerja.
4. Upaya PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang dalam menjamin implementasi nilai khilafah pada karyawan marketing adalah :
- a. Pengajaran dan pelatihan tentang etika perbankan dan nilai khilafah.
  - b. Pemahaman tentang visi dan misi perusahaan.
  - c. Role Play yang dilakukan secara rutin oleh setiap karyawan marketing.
  - d. Melalui cara test bagi karyawan marketing yang baru bekerja di perusahaan.
  - e. Melalui ujian bagi karyawan marketing yang baru bekerja di perusahaan.

- f. Adanya Mystery Shopper yaitu Orang suruhan dari pusat yang sengaja melakukan pengetesan terhadap karyawan marketing.”

## 5.2 Saran

1. PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang diharapkan terus mengembangkan inovasi produk-produknya sehingga dapat bersaing dengan bank konvensional atau BPR.
2. Sebagai upaya untuk meningkatkan ibadah mereka dalam bekerja hendaknya manajemen PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang menempelkan slogan-slogan yang bernuansa ibadah, seperti ayat-ayat Al- Qur'an dan Hadist Rasulullah tentang bekerja, sehingga para pegawai dapat mengingat-ingat terus tulisan tersebut.
3. Dengan adanya keterbatasan pada penelitian ini yang hanya mendeskripsikan implementasi nilai khilafah PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang, maka bagi penelitian selanjutnya hendaknya melakukan penelitian yang lebih mendalam agar didapatkan implementasi nilai khilafah pada aspek lain perbankan, seperti Pimpinan, bagian Accounting, Front Office, Back Office, dsb.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A. Riawan. 2003. *Ekonomi Syariah dalam Sorotan*. Cet I. Jakarta : Yayasan Amanah MES dan PNM.
- Antonio, M. Syafi'i. 1999. *Bank Syariah: Suatu Pengenalan Umum*. Jakarta: Tazkia Institut.
- Antonio, M. Syafi'i. 2007. *Bank Syariah "Dari Teori ke Praktik"*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Arifin, Zainul. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta : Pustaka Alfabet.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi V. Jakarta : Penerbit PT Rineka Cipta.
- Bertens, K. 1997. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, ed.I cet.2, Kencana, Jakarta.
- Burhanuddin, S. 2010. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Davis dan Newstorm. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*. oleh Arifin.
- Departemen Agama RI. 1993. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta. Intermedia.
- Djakfar, Prof. Dr. H. Muhammad. 2012. *Etika Bisnis, Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Depok : Penebar Plus.
- El Junusi, Rahman. 2005. "Pengaruh Religiositas dan Etika Kerja Islam Terhadap Kinerja Lembaga Keuangan Syariah" IAIN Walisongo, Semarang.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Yogyakarta : Ghaliaa Indonesia  
<http://dani.blog.fisip.uns.ac.id/2012/03/07/deskriptif-kualitatif/>
- Insawan, Husain. 2009. *Nilai-nilai Etika Perbankan Syariah*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Qaimuddin. Kendari.
- Johan, Arifin. 2007. *Fiqih Perlindungan Konsumen*. Semarang : Rasail.
- Kasmir. 2000. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Keputusan Gubernur BI No.11/52/KEP.GBI/DpG/2009.

Kotler, Philip dan Lane, Kevin, 2009. *Marketing Management*, terj. Molan, Benyamin, Manajemen Pemasaran, edisi ke-12 jilid 1 cet. Ke-IV. Indonesia : Indeks.

Kristanto, Jajat. 2010. *Manajemen Pemasaran Internasional: sebuah pendekatan dan strategi*. Jakarta: Erlangga.

Majid, Nurcholis. 2000. *Islam Doktrin dan Peradaban*. Jakarta : Yayasan Paramadina.

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2004. *Manajemen sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Muhammad. 2011. *Managemen Bank Syari'ah*, edisi revisi cet. ke-2. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Nasichin, Achmad. 2010. *Analisis Sikap Kerja Islami Pada Karyawan PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Syariah Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Mlik Ibrahim. Malang.

Nastangin, M.1997. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam: Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.

Poerbakawatja, Soegarda. 1979. *Ensiklopedi Pendidikan*. Jakarta: Gunung Agung.

Schuler, Randall S dan Susan E, Jackson. 1996. *Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi Abad Ke-2 jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Simorangkir, O.P. 1990. *Etika Perbankan Sekelumit Usaha Menerapkan Pancasila dalam Dunia Perbankan di Indonesia*. Jakarta : Aksara Persada Indonesia.

Sulhan, M. dan Siswanto, Elly. 2008. *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah*. Malang : UIN-Malang Press

Syariah Perbankan. *Gerakan Ekonomi Syariah*. 26 November – 8 Desember 2013. Malang.

Teguh, Ambar dan Rosidah. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Tim FE UIN MALIKI Malang. 2011. *Buku Pedoman Tugas Akhir (TA) Program Studi Diploma III Perbankan Syariah*. Malang: UIN Press.

UU No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan



## HASIL WAWANCARA

Berikut ini adalah hasil wawancara yang diperoleh dari narasumber *Customer Service, Marketing*, dan Kepala Cabang PT. Panin Bank Syariah Tbk. Kantor Cabang Malang. Hasil wawancara ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul **“IMPLEMENTASI NILAI KHILAFAH KARYAWAN MARKETING PT. PANIN BANK SYARIAH Tbk. KANTOR CABANG MALANG.**

1. Bagaimana situasi di lingkungan kerja bank syariah ini?

Situasi kerja di bank kami selalu mengedepankan kekeluargaan. Baik itu ketika kerja, ketika istirahat, beribadah, maupun ketika makan. Karena rata-rata semua pegawai di bank ini menghabiskan waktu mereka dalam 1 hari di tempat kerja daripada di rumah atau di luar kantor. Rasa kekeluargaan yang ada pada kami terbentuk dengan sendirinya. Sehingga tercipta suatu kenyamanan dalam bekerja.

2. Apa bentuk kepedulian dari bank kepada nasabahnya sebagai mitra kerja?

Bank syariah selalu memandang nasabah sebagai mitra kerja, karena hal inilah yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional. Sebagai salah satu contoh nasabah utama/prioritas kami melahirkan anak keduanya. Dan kebetulan sekali Pak Eko selaku kepala cabang mengetahui berita tersebut, maka beliau menyuruh beberapa karyawan *marketing* untuk menjenguk nasabah yang melahirkan itu dengan membawa barang-barang bayi. Jadi salah

satu bentuk *care* kami terhadap nasabah kami adalah fenomena kejadian tersebut.

3. Apa nilai inti *marketing* di bank syariah?

Pertama, *Integrity* atau tidak bohong. Kedua, Transparansi. Kejujuran merupakan nilai tertinggi dari sifat seorang AO yang bekerja di dunia perbankan terlebih perbankan syariah. Setiap individu seorang karyawan tidak diperbolehkan berbohong dalam hal apapun. Dan rahasia nasabah kami merupakan rahasia bank yang dilindungi UU Perbankan dan Perdata.

4. Bagaimana sikap pelayanan karyawan *marketing* ketika berhadapan dengan nasabahnya?

Karyawan *marketing* yang ada di bank kami rata-rata sudah banyak pengalaman tentang bagaimana ketika mereka sedang bertemu nasabah. Salah satu cara agar menarik minat nasabahnya, *marketing* berusaha mengikuti sifat dan karakter nasabahnya. Ketika nasabah adalah seorang yang humoris, maka *marketing*nya harus pintar menyesuaikan dengan sifat nasabahnya. Dan dengan cara ini seorang *marketing* akan lebih mudah masuk ke dalam inti pembicaraan mereka.

5. Bagaimana kerja anda sewaktu pimpinan/kepala cabang tidak berada di kantor?

Kami disini bekerja dengan penuh tanggungjawab. Kami bekerja sesuai dengan SOP yang ditetapkan. Meskipun kadang pekerjaan kami sangat berat tapi itu merupakan konsekuensi dalam pekerjaan. Dan ketika kami mendapatkan hasil dari pekerjaan, kami selalu bersyukur dan tidak cepat puas.

Kami selalu berusaha untuk berbuat yang lebih baik lagi di hari esok demi kemajuan Bank Panin sendiri.

6. Bagaimanapaya PT. Panin Bank Syariah dalam menjamin agar implementasi nilai *khilafah* tersebut terus berlanjut diterapkan?

Ada beberapa upaya bank kami dalam menjaga implementasi nilai *khilafah* tersebut diantaranya :

- 1) Pengajaran dan pelatihan tentang etika perbankan dan nilai *khilafah*.
- 2) Pemahaman tentang visi dan misi perusahaan.
- 3) *Role Play* yang dilakukan secara rutin oleh setiap karyawan *marketing*.
- 4) Melalui cara test bagi karyawan *marketing* yang baru bekerja di perusahaan.
- 5) Melalui ujian bagi karyawan *marketing* yang baru bekerja di perusahaan.
- 6) Adanya *Mystery Shopper* yaitu Orang suruhan dari pusat yang sengaja melakukan pengesanan terhadap karyawan *marketing*.