

Analisis Strategi Office Channeling dalam Meningkatkan Penjualan Tabungan iB Syariah pada CIMB Niaga Syariah

Analysis of the Office Channeling Strategy to Increase iB Sharia Savings Sales at CIMB Niaga Syariah

Emilia Embun Sari

Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, Indonesia

* emiliaembunsari@insan.ac.id (Primary Contact)

ABSTRACT

This study examines the “Dual Banking Leverage Model (Office Channeling)” strategy for CIMB Niaga Syariah's IB Savings product sales, a leading strategy for CIMB Niaga Syariah to increase Third Party Funds (DPK), specifically for its IB Syariah Savings product. This study uses a descriptive qualitative analysis method that systematically, timely, and reliably describes the relationships between the phenomena studied. CIMB Niaga Syariah uses the Dual Banking Leverage Model (DBLM) through Office Channeling to implement its IB Savings product marketing strategy. This strategy expands sales of IB Syariah Savings products beyond Sharia branches to include conventional branch channels. The results of the discussion show that the Office Channeling Strategy is a superior strategy that contributes very relevantly to increasing Sharia Third Party Funds, especially for IB Savings products at CIMB Niaga Syariah.

Keywords

Sharia Banking, Office Channeling, IB Savings

Article History

Received: 2026-06-27
Accepted: 2026-06-29

Copyright © 2026, Sari

Published by MAN 4 Kota Pekanbaru

DOI: [10.56113/takuana.v5i1.590](https://doi.org/10.56113/takuana.v5i1.590)

1. PENDAHULUAN

Pelaksanaan pembangunan nasional memerlukan adanya kontribusi dan partisipasi aktif dari semua elemen masyarakat Indonesia. Salah satu bentuk penggalan potensi dan wujud kontribusi masyarakat dalam perekonomian nasional itu adalah pengembangan sistem ekonomi berdasarkan Prinsip Syariah, lebih khusus lagi adalah pengembangan sistem ekonomi syariah melalui pengembangan perbankan syariah. Upaya pengembangan perbankan syariah tidak bisa terlepas dari bagaimana cara memperluas layanan perbankan syariah kepada masyarakat di mana diperlukan adanya jaringan kantor yang semakin luas dan menyebar di seluruh wilayah tanah air. Melihat kondisi saat ini, jumlah dan jaringan kantor Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) masih relatif terbatas maka diperlukan adanya kebijakan pengembangan perluasan jaringan kantor perbankan syariah.

Untuk memperluas jangkauan pelayanan perbankan syariah, Bank Indonesia telah membuat ketentuan yang mendukung hal tersebut, yaitu berupa ketentuan mengenai pembukaan Kantor Cabang (KC), Kantor Cabang Pembantu (KCP), dan Kantor Kas (KK) yang sudah umum dimiliki sebuah bank. Selain itu, dengan pertimbangan efisiensi dan melihat kondisi nasabah potensial perbankan syariah yang cenderung tersebar luas dalam jumlah yang relatif sedikit, maka telah dikembangkan kebijakan yang dapat mendorong perluasan layanan perbankan syariah secara lebih efisien melalui pembukaan outlet untuk delivery produk/jasa perbankan syariah yaitu berupa *office channeling* dan *delivery channel*. Penjabaran kedua jenis channel akan dibahas kemudian. Dengan demikian, BUS dan UUS dapat lebih leluasa memberikan pelayanan perbankan syariah kepada masyarakat melalui beberapa alternatif. Kedepan diharapkan perluasan jaringan pelayanan perbankan syariah, baik melalui mekanisme *delivery channel* maupun *office channeling* dapat terus mendorong pertumbuhan asset perbankan syariah, sehingga target share asset perbankan syariah sebesar 5 persen dari seluruh asset perbankan nasional yang dicanangkan Bank Indonesia dapat tercapai.

Kinerja CIMB Niaga Syariah yang cukup baik terkait peningkatan dana tabungan pada tahun 2024 diyakini diakibatkan pengembangan produk yang cukup baik dan bervariasi serta adanya layanan dengan Konsep *Dual Banking Leverage Models* (selanjutnya akan disingkat : DBLM). Yang dimaksud dengan Konsep *Dual Banking Leverage Models* ini adalah bank syariah yang secara *entitled* masih berstatus UUS dapat menjual produk syariah melalui Kantor Cabang syariahnya dan juga melalui cabang konvensional. Cabang konvensional yang menjual produk syariah juga ini, dikenal sebagai *Office Channeling*. Jadi bank konvensional juga dapat melayani transaksi syariah, sehingga nasabah yang membeli produk syariah tidak perlu selalu harus datang ke cabang syariahnya untuk bertransaksi mulai dari membuka rekening, ataupun transaksi jasa perbankan lainnya seperti tarik setor, transfer, dan lain-lain. Strategi ini digunakan agar bank syariah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat melalui layanan yang lengkap dengan jangkauan yang lebih luas serta memiliki kualitas setara dengan pelayanan konvensional, serta lebih baik dari industri perbankan syariah pada umumnya.

Hal yang menarik adalah bahwa CIMB Niaga syariah menjual produk syariah melalui dua channel yaitu Kantor Cabang Syariah dan juga Cabang Cabang Konvensional dengan konsep DBLM. Pembahasan tentang Office Channeling dapat ditemukan pada penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh R. Ajeng Entaresman pada tahun 2016 dimana ditemukan bahwa strategi Office Channeling sebagai strategi yang dilakukan BNI syariah dalam menaikkan dana pihak ketiga, dengan hasil penelitian bahwa selain strategi tersebut, ditemukan adanya unsur sumber daya manusia (marketing) sebagai penggerak strategi tersebut. Meskipun demikian, belum ditemukan penelitian yang khusus membahas strategi Office Channeling di CIMB Niaga Syariah. Pemisahan atau *spin off* CIMB Niaga syariah dari induknya CIMB Niaga Bank Holding, direncanakan efektif 1 september 2025 dimana Bank Syariah baru ini tercatat memiliki asset 20 triliun, dengan jaringan layanan syariah tersebar di 31 kantor cabang dan 34 kantor cabang pembantu di Indonesia. Pemisahan ini dilakukan bertujuan untuk mendukung pertumbuhan bisnis CIMB Niaga untuk mengembangkan layanan perbankan berbasis syariah di Indonesia dan meningkatkan kontribusi terhadap industry keuangan syariah di Indonesia.

Dengan adanya spin off tersebut maka seluruh transaksi layanan syariah akan berpusat di CIMB Niaga syariah setelah pemisahannya efektif, tanpa mempengaruhi operasional sebagaimana sewaktu masih berstatus UUS. Salah satu kunci keberhasilan

dalam mendukung *spin off* Bank CIMB Niaga syariah atau pemisahan induk dari CIMB Niaga menjadi Bank Syariah tersendiri untuk berentitled terpisah sebagai Bank Umum Syariah yang berpisah dari induknya *holding* CIMB Niaga, adalah tentunya kemampuan CIMB Niaga syariah menaikkan portfolio dana pihak ketiga terutama produk Tabungan masyarakat, dimana strategi Office Channeling berkontribusi sangat relevan terhadap *key success* rencana *spin off* tersebut.

Relevansinya adalah jika penelitian ini berhasil menemukan keunggulan strategi penjualan office Channeling dalam membantu memuluskan rencana *Spin Off* CIMB Niaga syariah, maka akan menjadi *role* model bagi Bank Syariah lainnya di Indonesia yang memiliki rencana spin off dari holdingnya, dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai salah satu cara ataupun menjadikan Office Channeling sebagai strategi unggulan menuju menjadi Bank Umum Syariah dengan *entitled* sendiri. Berdasarkan latar belakang di atas, alasan mengapa dilakukan penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persaingan yang ketat pemasaran produk tabungan yang ada pada bank bank syariah di Indonesia, maka akan menjadi ketertarikan penulis untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran terhadap produk penjualan tabungan IB Syariah di CIMB Niaga, khususnya Cabang Medan melalui strategi Office Channeling.

2. METODE

Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif, oleh karena itu, penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder sebagai pendukungnya. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari tempat penelitian yang akan digunakan untuk analisis dan pembahasan masalah. Dalam hal ini, data primer adalah data yang dihasilkan dari wawancara dengan beberapa pegawai dan Kepala Cabang CIMB Niaga Syariah Kantor Cabang Medan. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari CIMB Niaga Syariah, antara lain diperoleh dari buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, sumber-sumber data atau dokumen-dokumen CIMB Niaga Syariah ataupun Buku Tahunan. Analisa data penelitian bersifat kualitatif, deskriptif dan interpretatif. Seluruh data diperoleh dari berbagai sumber baik studi dokumentasi, ditranskripsikan dalam bentuk tulisan dan pendeskripsian ini bersifat interpretatif (Moleong, 20012).

Data perolehan hasil penelitian selanjutnya dianalisis secara kualitatif dengan interpretatif yaitu dengan melalui beberapa proses seperti: verifikasi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penyajian hasil analisis data penelitian ini dilakukan secara kualitatif melalui penyampaian dalam bentuk verbal dengan menggunakan teknik deskriptif interpretatif artinya hasil analisis dipaparkan dan diinterpretasikan sesuai dengan teori dan kerangka pemikiran yang berlaku umum. Penentuan Sampel atau Responden Responden dalam penelitian ini adalah beberapa pegawai dan Kepala Cabang PT. Bank CIMB Niaga Syariah Kantor Cabang Kota Medan. Ruang lingkup penelitian terkait dengan penjualan produk simpanan dana pihak ketiga berdasarkan prinsip syariah di kantor cabang Bank CIMB Niaga Syariah dan konvensional.

Metode yang digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data adalah teknik: a) Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara Tanya jawab langsung dengan karyawan CIMB Niaga Syariah Medan b) Observasi adalah merupakan teknik pengumpulan data serta memperoleh informasi dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan. c) Studi Kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian penulis. Metode Analisis Data Metode analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang yang berkaitan dengan penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran CIMB Niaga Syariah

PT Bank CIMB Niaga Tbk, berdiri pada 26 September 1955 dengan nama awal adalah PT Bank Niaga. Di tahun 1987, Bank Niaga menjadi bank lokal pertama yang menyediakan layanan Automatic Teller Machine (ATM) di Indonesia, dan hal ini dikenal luas sebagai tonggak masuknya dunia perbankan Indonesia ke dalam dunia perbankan modern. Tahun 1991 Bank Niaga juga menjadi bank pertama yang memberikan pelayanan online kepada nasabahnya. Bank Niaga memperoleh izin sebagai bank umum, bank devisa, dan bank yang melaksanakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah dalam bentuk izin sebagai Unit Usaha Syariah (UUS), masing-masing pada 11 November 1955, 22 November 1974 dan 16 November 2004. Pada 29 November 1989, Bank Niaga menjadi perusahaan terbuka yang mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Indonesia.

Sebagai akibat dari krisis keuangan Asia tahun 1998, Pemerintah Republik Indonesia melalui Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) selama beberapa waktu menjadi pemegang saham mayoritas Bank Niaga. Pada Bulan November 2002, *Commerce Asset Holding Berhad*, kini dikenal sebagai CIMB Group sebuah perusahaan investasi di Malaysia, mengakuisisi saham mayoritas Bank Niaga dari BPPN. Dalam transaksi terpisah, Group Khazanah yang merupakan pemegang saham mayoritas CIMB Group mengakuisisi saham mayoritas Lippobank pada 30 September 2005. Sebagai pemilik saham terbesar, khazanah Group menempuh langkah penggabungan (*merger*) untuk mematuhi kebijakan Bank Indonesia atas SPP (*Single Presence Policy*). Lippobank resmi bergabung dengan Bank Niaga pada 1 November 2008, dan di tahun yang sama, terjadi perubahan nama dari Bank Niaga menjadi Bank CIMB Niaga setelah diperoleh persetujuan dari regulator Bank Indonesia.

Sejak bergabung menjadi bagian dari CIMB Group Malaysia, Bank CIMB Niaga semakin serius melirik market perbankan syariah di Indonesia. Hal ini cukup wajar, dimana bila benar perbankan syariah diasosiasikan sebagai banknya orang islam saja, walaupun ini masih merupakan pandangan masyarakat awam - maka tentu pangsa pasar syariah di Indonesia sangatlah besar karena mayoritas penduduk Negara Indonesia beragama Islam. Ditambah lagi dengan konsep perbankan syariah sendiri yang sebenarnya bukan hanya untuk nasabah yang beragama Islam saja, tetapi lebih kepada mengadopsi konsep Rahmatan lil Alamin. Bahwa Islam diyakini membawa Rahmat untuk semua umat manusia. Dan tentunya perbankan syariah yang mana walaupun transaksinya berbasis syariat Islam, tetapi prinsip utamanya adalah Berkeadilan. Semua umat manusia tentu mengharapkan perlakuan yang adil dimana pada akhirnya transaksi ekonomi yang dilaksanakan terkait Bank, nasabah juga mendapatkan perlakuan yang adil. Karenanya perbankan syariah adalah juga diperuntukkan bagi semua umat. Rahmat bagi semua umat.

Di Malaysia sendiri, CIMB Group salah satu bank terbesar di Malaysia, sangat terkenal dengan konsep layanan satu atap konvensional dan syariah. Malaysia juga memiliki kondisi masyarakat majemuk, multi etnis, mirip dengan Indonesia. Konsep layanan konvensional dan syariah ini benar-benar berdampingan di semua cabangnya. Artinya jika sebuah cabang

memiliki dua orang petugas *customer service* layanan terdepan, maka satunya untuk melayani transaksi konvensional dan satunya untuk melayani transaksi syariah. Konsep ini dikenal dengan nama 'Two Windows System'. Bedanya dengan Office Channeling, bahwa di Malaysia tidak terdapat peraturan regulator terkait bentuk Bank Umum Syariah ataupun Unit Usaha Syariah. Artinya semua bank konvensional diperkenankan langsung melayani transaksi syariah dengan konsep *Two Windows System* ini.

Dapat dikatakan berdasarkan pengalaman sukses menjalankan konsep *Two Windows System* ini di Malaysia, CIMB juga mulai melirik konsep Office Channeling yang diluncurkan Bank Indonesia untuk diterapkan di Indonesia melalui Bank CIMB Niaga. Sejak merger di tahun 2008 hingga saat ini, selain aktif membuka Kantor Cabang Syariah di setiap kota besar di Indonesia, CIMB Niaga juga mengajukan semua cabang konvensional - yang di kota tersebut terdapat Kantor Cabang Syariah, untuk menjadi Cabang yang juga bisa menjual produk syariah atau yang dikenal dengan Cabang OC. Adapun dasar Bank CIMB Niaga mengembangkan bisnis syariah dengan strategi *Office Channeling* adalah berdasarkan keputusan Bank Indonesia melalui surat No 12/1081/DPbS tanggal 2 Juli 2010, dimana Bank Umum diperkenankan mengembangkan bisnis syariah melalui Unit Usaha Syariah yang merupakan masih dalam naungan groupnya dan juga mengembangkan penjualan produk produk syariah melalui sistem *Delivery Channel* dan *Office Channeling*. Dengan diperkenalkannya kedua system *delivery channel* ini juga memperoleh sambutan positif dari industri perbankan, karena sejalan dalam rangka mempercepat perluasan jangkauan layanan perbankan syariah kepada seluruh masyarakat.

Sebagaimana disebutkan oleh Ashari Akmal Tarigan dalam bukunya Ekonomi dan Bank Syariah pada Millenium ketiga: "Tujuan pengembangan sistem perbankan syariah adalah untuk memenuhi antara lain: kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak dapat menerima konsep bunga. Dengan diterapkan sistem perbankan syariah yang berdampingan dengan sistem perbankan konvensional". Kebijakan *Delivery Channel* memungkinkan Bank Umum Konvensional (BUK) yang merupakan satu kelompok usaha dengan BUS baik berupa *parent company* maupun *sister company*, dapat menjual produk penghimpunan dana BUS baik berupa pembukaan rekening nasabah baru (giro, tabungan dan deposito) maupun penyetoran dan penarikan dana bagi nasabah BUS existing. Namun hal tersebut tidak berlaku sebaliknya, BUS tidak dapat menjadi agen penjual produk BUK. Hingga saat ini baru BRI Syariah dan BNI Syariah yang telah menerapkan *delivery channel*. Hal ini dapat dimaklumi, karena *delivery channel* merupakan kebijakan yang tergolong baru diperkenalkan oleh Bank Indonesia. Ke depan, diharapkan BUS lain yang berada dalam satu grup dengan BUK juga dapat segera mengimplementasikan *delivery channel*.

Sedangkan kerjasama UUS dan BUK Induknya untuk perluasan jangkauan layanan perbankan syariah (*Office Channeling*) berarti bahwa tercipta perluasan pelayanan perbankan syariah yang jauh lebih besar. KC Syariah (KCS) dapat membuka layanan syariah di KC konvensional lainnya. Layanan Syariah atau yang sering disebut *office channeling* memungkinkan KC konvensional untuk melakukan kegiatan penghimpunan dana, pembiayaan, dan pemberian jasa perbankan lainnya berdasarkan prinsip syariah untuk dan atas nama UUS. Cakupan kegiatan perbankan yang dapat dilaksanakan *office channeling* lebih luas bila dibandingkan dengan *delivery channel*. Dalam *office channeling*, layanan perbankan syariah yang dapat diberikan tidak terbatas hanya pada aktivitas pendanaan (*funding*) seperti pembukaan rekening baru, penerimaan dan penyetoran kas tetapi juga aktivitas pembiayaan/penyaluran dana (*financing*) kepada masyarakat. Tentu saja hal ini

memberikan kesempatan dan keleluasaan yang lebih luas bagi UUS untuk meningkatkan pelayanan perbankan syariah kepada nasabah.

Dapat ditambahkan pula terkait regulasi, bahwa kebijakan regulator di Indonesia saat ini cukup baik dan terkoordinasi untuk pemantauan kinerja Cabang OC ini. Regulasi yang dimaksudkan adalah bahwa UUS dapat membuka Cabang OC hanya di kota yang terdapat Kantor Cabang Syariah / Cabang khusus menjual produk syariah di kota tersebut. Hal ini bertujuan untuk memudahkan koordinasi atas banyaknya channel distribusi penjualan produk syariah. Dimana dalam hal pelaporan ke OJK, semua produk syariah yang dijual oleh Cabang OC akan dilaporkan ke OJK dalam satu bentuk laporan konsolidasi atas kode Cabang Kantor Cabang Syariah di kota tersebut.

Saat ini terdapat 19 UUS di Indonesia yang telah menjalankan strategi *office channeling* dan 14 BUS dan 173 Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Jumlah ini meningkat pesat hampir dua kali lipat bila dibandingkan ketika office channeling pertama kali diperkenalkan pada tahun 2006, ketika itu baru ada 10 UUS dengan jumlah jaringan kantor sebanyak 456 cabang. Bila dibandingkan selama kurun waktu tersebut, telah terjadi penambahan jumlah kantor cabang *office channeling* dalam jumlah yang signifikan. Perkembangan ini tentu saja sangat menggembirakan, karena dalam waktu yang relatif singkat perbankan syariah dapat memperluas jangkauan pelayanannya kepada masyarakat luas di seluruh pelosok tanah air. CIMB Niaga syariah sendiri saat ini, terdapat 31 Kantor Cabang Syariah CIMB Niaga dan 34 Kantor Cabang Pembantu di seluruh kota besar di Indonesia tersebar di pulau Sumatera, Jawa, Kalimantan, dan Bali. Hampir seluruh cabang konvensional yang terdapat Kantor Cabang Syariah di kota tersebut merupakan Cabang OC yang dapat menjual produk-produk syariah. Total jumlah cabang CIMB Niaga adalah 374 Cabang termasuk Digital Lounge, 33 Kantor Kas bergerak, 44 titik pembayaran dan 4.316 ATM yang tersebar di seluruh Indonesia.

3.2. Konsep Dual Banking Leverage Models (Office Channeling) di CIMB Niaga

Penjualan produk syariah, khususnya Tabungan Ib Syariah, melalui Cabang OC diyakini sangat berdampak mendongkrak performance pengumpulan *funding* dana pihak ketiga CIMB Niaga Syariah secara umum. Namun secara spesifik mengapa CIMB Niaga syariah memilih menjual produk syariah melalui strategi konsep DBLM, dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Peningkatan produktivitas dan efisiensi. Dengan memanfaatkan jaringan kantor Cabang Konvensional yang telah ada dan sumber daya manusia serta fasilitas pendukung lainnya, CIMB Niaga dapat meningkatkan produktivitas dan layanan syariahnya di seluruh kantor cabang bank konvensional yang ada tanpa perlu mengeluarkan investasi baru yang relatif mahal. Tentu saja cara ini dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi yang luar biasa bagi CIMB Niaga dalam memperluas jangkauan layanannya. Di samping itu, tidak perlu menempatkan pegawai khusus syariah dikarenakan personil di konvensional itu sendiri yang akan melayani nasabah. Pertimbangan efisiensi disini dengan melihat kondisi nasabah potensial perbankan syariah yang cenderung tersebar luas, maka dianggap lebih efisien menjangkaunya melalui cabang konvensional yang sudah ada, yang jumlahnya relatif lebih tersebar dan banyak.
2. Memanfaatkan kekuatan *brand name* konvensional CIMB Niaga yang sudah terbangun dengan baik. Cabang Konvensional yang telah lebih dulu besar dan memiliki *brand image*

yang baik, dapat menjadi modal bagi unit syariahnya untuk lebih berkembang karena didukung sebuah *brand name* yang sudah besar pula. Apabila seluruh cabang Konvensional menjadi Cabang OC, maka dalam waktu yang relatif singkat layanan bank syariah dapat dilakukan pada ratusan cabang *existing* di seluruh Indonesia.

3. Pengendalian risiko masih dalam kelompok usaha yang sama. Dengan pertimbangan bahwa kegiatan penjualan produk syariah dilaksanakan oleh cabang bank dalam satu grup maka mitigasi atas risiko yang mungkin timbul relatif dapat lebih mudah dilakukan. Karena pemegang saham utamanya sama maka proses pengambilan keputusan dan kebijakan dapat dilakukan secara lebih cepat. Kondisi ini tentu saja sangat mendukung pelaksanaan pengendalian risiko yang mungkin timbul dalam kegiatan operasional.
4. Pencegahan terhadap beralihnya nasabah CIMB Niaga *existing* beralih ke Bank syariah lainnya (di luar kelompok usaha). Dengan semakin gencarnya kegiatan sosialisasi dan edukasi publik yang dilaksanakan Bank Indonesia dan bank-bank syariah, akan berdampak pada peningkatan kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Kelompok masyarakat yang selama ini telah menjadi nasabah cabang konvensional berhasrat pula untuk menjadi nasabah bank syariah. Melalui OC, hal ini dapat dimanfaatkan untuk mengarahkan nasabah *existing*-nya membuka rekening syariah sehingga nasabah tidak perlu repot-repot mencari bank syariah lain.
5. Dengan konsep *one stop banking*, maka kebutuhan nasabah untuk memperoleh pelayanan perbankan baik dengan sistem konvensional maupun dengan sistem syariah dapat dilayani dalam satu tempat. "Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah" (Ikatan Bankir Indonesia).
6. Tentu saja ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh bank yang akan menerapkan system *Delivery Channel* dan OC ini. Persyaratan itu adalah SDM Konvensional yang juga harus memiliki pengetahuan produk perbankan syariah. Sistem IT juga harus mampu mendukung transaksi nasabah secara *real time*; dan pelayanan syariah juga dilakukan pada semua jenis kantor BUK (KC, KCP, dan KK).
7. Kedepan diharapkan perluasan jaringan pelayanan perbankan syariah, baik melalui mekanisme *delivery channel* maupun *office channeling* dapat terus mendorong pertumbuhan asset perbankan syariah, sehingga target *share asset* perbankan syariah sebesar lima persen dari seluruh asset perbankan nasional yang dicanangkan Bank Indonesia dapat tercapai.

3.3. Ragam Produk Tabungan Ib CIMB Niaga Syariah

Salah satu bentuk usaha kita untuk meningkatkan penjualan produk dan layanan syariah banking, adalah dengan menyiapkan produk-produk yang menarik buat nasabah. Adapun pelayanan dan produk perbankan syariah yang ditawarkan oleh CIMB Niaga Syariah sebagaimana di bawah ini.

1. Tabungan iB X-TRA SYARIAH, Jalan kemudahan untuk segala urusan keuangan

Tabungan iB Xtra yang memberikan segala kemudahan, manfaat dan keuntungan dalam mengatur dan mengelola berbagai urusan keuangan nasabah. Tabungan iB X-Tra adalah tabungan berlandaskan prinsip syariah yaitu *wadiah dhamanah* dimana pemilik dana

memberikan kebebasan penuh kepada Bank CIMB Niaga Syariah (*mudharib*) untuk mengelola dananya. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian bonus yang bersifat sukarela dari pihak bank.

2. Tabungan iB Junior, Si kecil pun bisa menabung

Belajar menabung jadi lebih seru dan menyenangkan dengan Tabungan iB Junior karena dapat dimiliki atas nama si kecil dengan desain buku dan kartu atm. Tabungan iB Junior adalah simpanan dana pihak ketiga dalam bentuk tabungan dengan mata uang rupiah yang berdasarkan prinsip *wadiah dhamanah* yang khusus diperuntukkan untuk anak-anak, Tabungan iB Junior dapat dimiliki atas nama anak.

3. Tabungan iB Pendidikan, memastikan si kecil meraih cita-citanya

Biaya pendidikan setiap tahun semakin mahal. Mempersiapkan dananya sedini mungkin adalah langkah terbaik untuk memastikan si kecil meraih cita-citanya. Tabungan iB Pendidikan adalah produk tabungan berjangka dalam mata uang rupiah dengan prinsip *Mudharabah Muthlaqah* dengan insentif bagi hasil sesuai pendapatan bank.

4. Tabungan iB Perencanaan, Selalu ada jalan untuk segala keinginan

Begitu banyak keinginan dan kebutuhan untuk diwujudkan di masa depan nanti. Liburan impian, pernikahan, naik haji dan masih banyak lagi. Sekarang juga, pastikan semua yang Anda inginkan terwujud dengan Tabungan iB Perencanaan. Tabungan iB Perencanaan adalah produk tabungan asuransi berjangka dalam mata uang rupiah yang berlandaskan prinsip syariah *Mudharabah Muhtlaqah* dengan insentif bagi hasil. Sistem setoran bulanan secara auto-debet dan hanya dapat ditarik sekaligus pada saat jatuh tempo.

5. Tabunganku iB, untuk esok yang lebih baik

Menabung berarti menata keuangan dan menata hidup dan masa depan. Tabunganku iB yang hadir dengan segala kemudahan persyaratan serta bebas biaya administrasi bulanan. Semua orang kini bisa memiliki tabungan. Tabunganku iB berlandaskan pada prinsip *Wadiah Dhamanah* dimana pemilik dana memberikan kebebasan penuh kepada Bank CIMB Niaga Syariah (*mudharib*) untuk mengelola dananya. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian bonus yang bersifat sukarela dari pihak bank.

6. Tabungan iB Payroll, lancarkan urusan keuangan setiap bulan

Tabungan khusus untuk penempatan gaji dengan biaya serba ringan dan mudah, namun dengan akses dan fasilitas yang sama dengan tabungan lainnya. Tabungan iB Payroll menerapkan prinsip *Wadiah Dhamanah* dimana pemilik dana memberikan kebebasan penuh kepada Bank CIMB Niaga Syariah (*mudharib*) untuk mengelola dananya. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian bonus yang bersifat sukarela dari pihak bank.

7. Tabungan Ib Pahala Haji dan Tabungan Ib Rencana Haji.

Tabungan khusus kerjasama dengan SISKOHAD Kementerian Agama untuk pengambilan nomor porsi haji, online dengan Kemenag. Jenis akadnya adalah Mudharabah, dalam mata uang rupiah. Syarat pembukaan adalah dengan melampirkan identitas diri, dengan setoran awal Rp 100.000,- + Rp 25.000.000,- dengan system pelaporan melalui e statement ataupun *passbook* (buku tabungan). Fasilitas ATM juga diberikan, dan fasilitas *inquiry* rekening bisa melalui *alternate channel* seperti ATM, SST, Go Mobile ataupun CimbClicks dan Call center 14041. Biaya administrasi dan biaya penutupan rekening adalah free. Nisbah keuntungan adalah 25 % nasabah dan 75 % bank. Tabungan Ib Rencana Haji memiliki *features* produk mirip dengan Tabungan Ib Perencanaan.

3.4. Kendala pemasaran dengan strategi Office Channeling

Perlu dipahami bahwa pola *office channeling*, kemungkinan baru akan teruji pada sisi *liabilities*-nya neraca bank, yaitu sisi *funding*. Yang menjadi masalah adalah, setelah *funding* diperoleh pekerjaan selanjutnya adalah bagaimana mengalokasikan dana tersebut kedalam bentuk pembiayaannya (*financing*). Padahal, kalau dana dari syariah dialokasikan dalam kredit berbentuk konvensional adalah tidak diperbolehkan alias haram dalam konsep bank syariah. Dengan kata lain, selain pola ini bisa mendorong pertumbuhan perbankan syariah dari sisi *funding*, pola *office channeling* juga memunculkan tantangan tersendiri bagi para bankir untuk penempatan dananya pada sektor halal. Selain itu, perlu diperhatikan adalah jangan sampai pola *office channeling* ini merusak citra positif (terutama aspek kehalalannya) dari perbankan syariah. Perlu diketahui, sistem *two windows system* yang selama ini diterapkan di Malaysia masih diperdebatkan keberadaannya oleh para pakar syariah baik di Timur Tengah, maupun di Malaysia sendiri.

Inti yang diperdebatkan adalah kehalalan praktek mencampurkan antara praktik syariah dan konvensional dalam "satu keranjang". Dengan kata lain, karena pola *office channelling* ini ada kemiripan dengan *two windows system* di Malaysia, maka aspek kehalalan produk dan praktek perbankan yang sesuai syariah harus diutamakan. Jika ke depan dengan pola *office channelling* ini akan berlanjut untuk menyatukan dua model pembiayaan, yaitu: syariah dan konvensional dalam satu kantor, maka yang perlu diperhatikan adalah aspek kepatuhan terhadap syariah (*syariah compliance*). Pengalaman di Malaysia dalam mengelola industri perbankan syariah, sarat dengan kontroversial. Ini mengingat, regulasi yang dijalankan diperkirakan sangat longgar terhadap kepatuhan syariah (*syariah compliance*).

Dengan berbagai kendala pengembangan bank syariah melalui pola *office channeling* yang ditemui, intinya penerapan pola *office channelling* perlu disambut baik. Diizinkan transaksi syariah di kantor bank konvensional bagi bank konvensional yang sudah memiliki UUS merupakan upaya maksimal saat ini dari BI untuk mendorong industri perbankan syariah. Kini, tinggal tergantung dari pelaku perbankan syariah dalam memanfaatkan peluang tersebut. Namun demikian, kita juga perlu proporsional dalam memandang kebijakan ini dengan tidak mengabaikan realita dan aspek lainnya, yaitu, jangan sampai langkah ini kemudian menghilangkan karakteristik dari bisnis perbankan syariah, yaitu tetap berpegang pada prinsip dan nilai-nilai syariah (*syariah compliance*). Tujuannya adalah, nilai lebih (*value added*) dari perbankan syariah, akan bisa terus dirasakan oleh masyarakat.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Office Channeling efektif dalam meningkatkan penjualan produk Tabungan iB Syariah di CIMB Niaga Syariah melalui pemanfaatan jaringan kantor cabang konvensional. Strategi ini mampu memperluas jangkauan layanan, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendukung penghimpunan dana pihak ketiga tanpa mengurangi peran kantor cabang syariah sebagai saluran utama layanan perbankan syariah. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan Dual Banking Leverage Model (DBLM) tetap relevan untuk dipertahankan pasca *spin-off* CIMB Niaga Syariah karena mampu memanfaatkan kekuatan jaringan dan reputasi induk perusahaan. Namun, implementasi Office Channeling harus tetap memperhatikan prinsip syariah compliance agar perluasan layanan tidak mengurangi karakteristik dan nilai-nilai dasar perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, M. A. (2013). *Panduan menyusun proposal, skripsi, tesis & disertasi*. Smart Pustaka.
- Antonio, M. S. (2004). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Arifin, Z. (2000). *Memahami bank syariah: Lingkup, peluang, tantangan, dan prospek*. Alfabet.
- Antaresman, A. (2016). Strategi pemasaran terhadap penjualan produk Tabungan iB Hasanah di PT Bank Negara Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.
- Karim, A. A. (2014). *Bank syariah: Analisis fiqh dan keuangan*. RajaGrafindo Persada.
- Karim, A. A. (2012). *Ekonomi makro Islami*. RajaGrafindo Persada.
- Chapra, M. U. (2000). *Islam dan tantangan ekonomi*. Gema Insani.
- CIMB Niaga. (2023). *Laporan tahunan (Annual report) 2023*. CIMB Niaga.
- CIMB Niaga. (2024). *Laporan tahunan (Annual report) 2024*. CIMB Niaga.
- Hasan, N. I. (2014). *Perbankan syariah: Sebuah pengantar*. Referensi.
- Hakim, L. (2012). *Prinsip-prinsip ekonomi Islam*. Erlangga.
- Hidayat, R. (2014). *Efisiensi perbankan syariah*. Gramata Publishing.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2013). *Memahami bisnis bank*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Memahami bisnis bank syariah*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Imaniyati, N. S. (2013). *Perbankan syariah dalam perspektif hukum ekonomi*. CV Mandar Maju.
- Isma, M. A. (2013). *Pengaruh pendapatan, bagi hasil, pengetahuan dan religi mahasiswa terhadap tabungan bank syariah (Studi kasus: IAIDU Asahan dan UNA periode 2010–2012)* (Tesis, Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara).
- Machmud, A., & Rukmana. (2010). *Bank syariah: Teori, kebijakan dan studi empiris di Indonesia*. Erlangga.
- Mardani. (2012a). *Fiqh ekonomi syariah: Fiqh muamalah*. Prenadamedia Group.

- Mardani. (2012b). *Ayat-ayat dan hadis ekonomi syariah*. RajaGrafindo Persada.
- Nuruddin, A. (2009). *Ekonomi syariah: Menepis badai krisis dalam semangat kerakyatan*. Citapustaka Media Perintis.
- Nasution, M. E., et al. (2006). *Pengenalan eksklusif ekonomi Islam*. Kencana Prenada Media Group.
- Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara. (2012). *Pedoman penulisan proposal & tesis*. IAIN Press.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. (2008). *Ekonomi Islam*. RajaGrafindo Persada.
- Rivai, V., et al. (2010). *Islamic banking: Sistem bank Islam bukan hanya solusi menghadapi krisis namun solusi dalam menghadapi berbagai persoalan perbankan dan ekonomi global*. PT Bumi Aksara.
- Siregar, S. (2012). *Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Syarfina, W. (2012). *Analisis perbandingan kinerja keuangan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank Bukopin periode triwulan 2008–2011* (Tesis, Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara).
- Saefuddin, A. M. (2011). *Membumikan ekonomi Islam*. PPA Consultant.
- Syafei, H. R. (2001). *Fiqh muamalah*. Pustaka Setia.
- Tarigan, A. A., et al. (2022). *Ekonomi & bank syariah pada milenium ketiga*. IAIN Press.
- Suparno. (2000). Langkah-langkah penulisan artikel ilmiah. In A. Saukah & M. G. Waseso (Eds.), *Menulis artikel untuk jurnal ilmiah*. UM Press.
- Wahab, A., & Lestari, L. A. (1999). *Menulis karya ilmiah*. Airlangga University Press.
- Winardi, G. (2002). *Panduan mempersiapkan tulisan ilmiah*. Akatiga.