

**ANALISIS MARKETING PEMBIAYAAN MURABAHAH  
PADA PRODUK KPR DI BANK MUAMALAT JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

**WAHYA LYN FIZA**  
**NIM. E20151071**

Pembimbing

**Muhammad Saiful Anam, M.Ag**  
**NIP. 197111142003121002**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
FEBRUARI 2020**

# **ANALISIS MARKETING PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PRODUK KPR DI BANK MUAMALAT JEMBER**

## **SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

**Oleh :**

**WAHYA LYN FIZA**  
NIM. E20151071

Disetujui Pembimbing



**Muhammad Saiful Anam, M.Ag**  
NIP. 197111142003121002

# ANALISIS MARKETING PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PRODUK KPR DI BANK MUAMALAT JEMBER

## SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 13 Februari 2020

Tim Penguji

Ketua



Hj. Nurul Setianingrum, S.E., MM.  
NIP. 196905231998032001

Sekretaris



Isnadi, S.S.M.Pd  
NIP. 197106102014111004

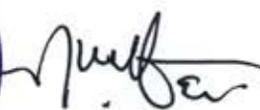
Anggota:

1. DR. Abdul Rokhim, M.El
2. M. Saiful Anam, S.Ag., M.Ag.



Menyetujui

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khaldan Rifa'i, SE., M.Si  
NIP. 19680807 200003 1 001

## MOTTO

وَإِنْ كَانَتْ دُوْعُسْرَةٌ فَنظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ

تَعْلَمُونَ

Artinya: dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai Dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.(Q.s. Al-baqarah 2:280)<sup>1</sup>

IAIN JEMBER

---

<sup>1</sup> Departemen Agama, *Al- Quran dan Terjemahnya*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara,2012)

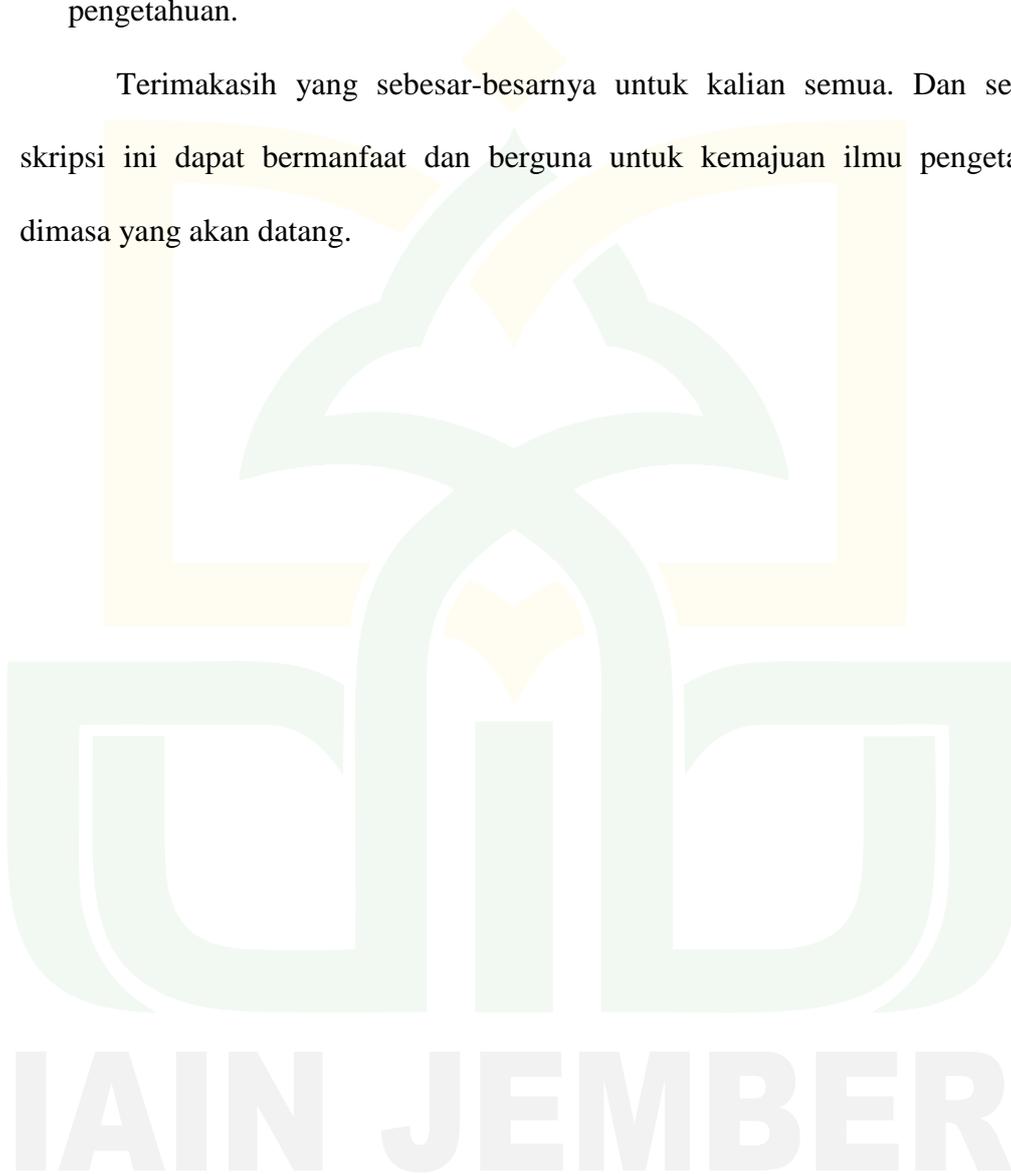
## PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Ayahku tersayang Mubin dan Ibuku tercinta Hartatik, yang telah berada di surgaNya Allah lebih dulu, semoga mereka bangga di sana melihat saya bisa menyelesaikan studinya sampai pada gelar S1 ini.
2. Kakak tersayang Hidayatul Khasanah, Risda Dwi Al-Munir, dan Yusuf Ansori terimakasih banyak telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya. Terimakasih atas ketulusan perjuangannya dalam mendidik, menyayangi, mencintai dan memperjuangkan saya hingga saat ini.
3. Nenekku yang tiada henti memberikan do'a dan dukungan agar menjadi orang yang berguna dan sukses.
4. Sahabatku Maulia Handayani, Kurnia Hidayatullah, Putry Giyan terimakasih sudah menjadi keluarga semasa pertama kali saya pindah di Kediri.
5. Sahabat selama saya kos di Jember Inayah, Indah, Laili, Laila, Nadya, Putri, Dinan, yang selalu menemani dalam suka maupun duka, semoga persahabatan kita tak pernah berakhir sampai di Jember saja.
6. Sahabat-sahabat kelas PS2 dan teman seangkatan terimakasih untuk bantuan, canda tawa dan perjuangan yang kita lewati bersama, dan terimakasih telah memeberikan support dan semangat.

7. Guru-guruku mulai dari saya kecil sampai sekarang tanpa terkecuali baik guru RA Muslimat Ponorogo, SDN Kandangan 4 Kediri, SMP YP Pembangunan Kediri, MAN 3 Kediri, yang telah ikhlas memberikan banyak ilmu pengetahuan.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan Hidayahnya-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa Allah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membina dan mengarahkan kita dari dunia Jahiliyah menuju dunia pengetahuan.

Alhamdulillah, penelitian yang berjudul “ANALISIS MARKETING PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PRODUK KPR DI BANK MUAMALAT JEMBER” telah dapat penulis selesaikan dengan upaya semaksimal mungkin mengupayakan menyajikan yang terbaik, sehingga terwujud penyusunan skripsi meskipun belum pada taraf ideal.

Sebagai bentuk penghargaan, penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. Ibu Nurul Setianingrum S.E., MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Muhammad Saiful Anam, M.Ag selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama proses penyelesaian skripsi.

5. Dr. Moch. Chotib.,S.Ag.,MM selaku dosen penasehat Akademik.
6. Dosen IAIN Jember KhususnyaDosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terimakasih atas ilmu yang telah diberikan pada kami mudah-mudahan bermanfaat. Amin.

Penulis hanya berdo'a semoga segala kebaikan, bantuan serta partisipasi mereka semua mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT.

Demikian hantaran awal kami, akhirnya tidak ada kami harapkan kecuali ridho Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang dalam bagi pengembangan khazanah keilmuan kita semua, Amin ya Rabbal Alamin.

Jember, 13 Februari 2020

Penulis

WAHYA LYN FIZA  
NIM. E20151071

IAIN JEMBER

## ABSTRAK

**Wahya Lyn Fiza, Muhammad Saiful Anam, M.Ag, 2020:** Analisis Marketing Pembiayaan Murabahah pada Produk KPR di Bank Muamalat Jember.

Pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menubuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan. Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien. Dana yang dihimpun oleh Bank sebagian besar disalurkan dalam bentuk pembiayaan, baik untuk usaha produktif maupun untuk keperluan konsumtif. Bank juga melakukan penempatan dana bekerjasama dengan mitra strategis dengan melakukan pembiayaan channelling maupun executing melalui Lembaga Keuangan Mikro Kecil yaitu, BMT (Baitul Maal Wa-Tamwil), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan perusahaan pembiayaan.

Fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pembiayaan murabahah yang diterapkan pada produk KPR di Bank Muamalat Jember? 2) Bagaimana analisis marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR di Bank Muamalat Jember?

Tujuan penelitian ini dilakukan: 1) Untuk mengetahui pembiayaan murabahah yang diterapkan pada produk KPR di Bank Muamalat Jember. 2) Untuk mengetahui analisis marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR di Bank Muamalat Jember.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kualitatif *deskriptif*. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun analisis datanya melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk keabsahan data menggunakan *triangulasi sumber*.

Hasil dari penelitian menunjukkan: 1) Aspek penilaian pemberian pembiayaan akad murabahah pada Bank Muamalat yaitu pendapatan nasabah yang masuk pada *BI Checking*, untuk menganalisa karakteristik nasabah yang akan mengajukan pembiayaan pada Bank Muamalat. 2) Strategi pemasaran Bank Muamalat Jember, nasabah yang akan mencari rumah dan lokasinya, kemudian bank melakukan negoisasi dengan pihak developer bersama nasabah, yang menjadi sasaran Bank Muamalat disini adalah instansi pemerintahan, kantor perumahan, dan door to door ke kantor-kantor.

**Kata Kunci: Marketing, Pembiayaan Murabahah, Produk KPR.**

## ABSTRACT

**Wahya Lyn Fiza, Muhammad Saiful Anam, M.Ag, 2020: Marketing Analysis of Murabahah Financing on Mortgage Products at Bank Muamalat Jember.**

Marketing is the process of managing a profitable customer relationship. Two marketing goals are to attract new customers by promising value excellence and maintaining and growing existing customers by providing satisfaction. Banks as financial institutions that produce financial services also need a marketing strategy to market their products. The impact of technological change also has a positive impact on the development of the banking world. Products offered to customers become faster and more efficient. Funds collected by the Bank are mostly channeled in the form of financing, both for productive businesses and for consumptive purposes. The Bank also places funds in collaboration with strategic partners by channeling financing and executing through Micro Small Financial Institutions, namely, BMT (Baitul Maal Wa-Tamwil), Sharia Rural Credit Banks (BPRS) and financing companies.

The focuses of this research were: 1) How is murabaha financing applied to KPR products at Bank Muamalat Jember? 2) Was how was the marketing analysis of murabaha financing on KPR products at Muamalat Jember Bank?

The purposes of this study were: 1) To find out murabaha financing applied to KPR products at Muamalat Bank Jember. 2) To find out the marketing analysis of murabaha financing on KPR products at Muamalat Jember Bank.

This research was a qualitative with descriptive qualitative research types. Data collection techniques used observation, interviews, documentation. Determination of research subjects used purposive sampling techniques. The analysis of the data was through data reduction, data presentation and drawing conclusions. The validity of the data used source triangulation.

The results of the study showed that: 1) Aspect of granting murabaha financing at Muamalat Bank, namely the income of customers entering BI Checking, to analyze the characteristics of customers who will apply for funding at Muamalat Bank. 2) The marketing strategy of Bank Muamalat Jember, customers who will look for a house and location, then the bank negotiates with the developer with the customer, the targets of Bank Muamalat here are government agencies, housing offices, and door to door to offices.

**Keywords: Marketing, Murabahah Financing, KPR Products.**

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teori .....	26
1. Kredit Pemilikan Rumah (KPR) .....	26

2. Pembiayaan Murabahah .....	30
3. Marketing .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	49
B. Lokasi Penelitian .....	49
C. Subyek Penelitian .....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. Analisis Data .....	53
F. Keabsahan Data.....	53
G. Tahap-tahap Penelitian.....	55
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>56</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	56
B. Penyajian Data Dan Analisis Data .....	71
C. Pembahasan Temuan.....	84
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 2. Matriks Penelitian

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian

Lampiran 4. Surat Selesai Penelitian

Lampiran 5. Pedoman Wawancara

Lampiran 6. Jurnal Penelitian

Lampiran 7. Dokumentasi

Lampiran 8. Biodata Penulis



## DAFTAR TABEL

No Uraian	Hal
2.1 Penelitian terdahulu.....	19



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia, sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, telah lama mendambakan kehadiran sistem lembaga keuangan yang sesuai tuntutan kebutuhan tidak sebatas finansial namun juga tuntutan moralitasnya. Sistem Bank mana yang dimaksud adalah perbankan yang terbebas dari praktik bunga (*free interest banking*). Sistem bank bebas bunga atau disebut pula bank Islam atau bank syariah, memang tidak khusus diperuntukkan untuk sekelompok orang namun sesuai landasan Islam yang “*Rahmatan lil alamin*”, tetapi didirikan guna melayani masyarakat banyak tanpa membedakan keyakinan yang dianut. Bagi kaum muslimin, kehadiran bank syariah adalah memenuhi kebutuhannya, namun bagi masyarakat lain, bank Islam adalah sebagai sebuah alternatif lembaga jasa keuangan disamping perbankan konvensional yang telah lama ada.<sup>1</sup>

Sistem kelola keuangan di Indonesia hampir semua menggunakan jasa Perbankan. Masyarakat sudah tidak asing lagi dengan lembaga keuangan yaitu Bank. Bank menurut Undang-Undang RI nomor 10 November 1998 tentang Perbankan adalah Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Manajemen dana Bank Syariah*, (Depok : Rajawali Press, 2017), 302.

bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>2</sup>

Bank Syariah merupakan Bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada sistem bunga. Bank Syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Bank Islam adalah Bank yang beroperasi dengan prinsip Syariah Islam dan Bank yang tata cara operasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadits.<sup>3</sup> Tak heran jika di Indonesia sudah banyak berdiri bank-bank syariah karena mayoritas di Indonesia banyak sekali masyarakat yang beragama Islam. Tidak hanya di kota-kota besar saja, saat ini bank syariah sudah berdiri di desa sehingga masyarakat bisa melakukan transaksi di bank syariah tidak monoton di bank konvensional saja. Salah satu bank syariah yang berdiri pertama kali di Indonesia yaitu Bank Muamalat tepatnya pada tahun 1991 dan mulai beroperasi pada tahun 1992 yang didukung oleh cendekiawan muslim dan pengusaha, serta masyarakat luas. Tak hanya bank muamalat bank-bank syariah yang lain juga ikut beroperasi. Kegiatan perbankan syariah pada umumnya sama dengan bank konvensional, yaitu menghimpun dana (*fundding*), dalam menghimpun dana ini pihak bank juga harus memberikan balas jasa kepada nasabah yang disebut dengan bagi hasil. Kegiatan perbankan selanjutnya ialah menyalurkan dana (*lending/financing*), seperti pembiayaan, memberikan jasa-jasa perbankan lainnya seperti pembayaran

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), 13.

<sup>3</sup> Abdul Wadud Nafis, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Jember : STAIN Jember Press, 2014), 7.

pengiriman uang (*transfer*), jasa penagihan (*inkaso*), jasa kliring dan jasa mata uang asing (*valas*).

Pembiayaan merupakan aktivitas utama bank muamalat karena berhubungan dengan rencana memperoleh pendapatan. Pembiayaan adalah suatu fasilitas yang diberikan bank muamalat kepada nasabah untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan oleh bank muamalat dari nasabahnya.

Mengingat persaingan yang ketat menuntut suatu bank untuk berlomba-lomba dalam menguasai pasar bahkan ingin berada pada posisi paling berpengaruh di pasar persaingan. Suatu Bank perlu melakukan kajian dalam aspek pasar dan pemasaran karena bertujuan untuk menguji serta menilai sejauh mana pemasaran dari produk yang dihasilkan dapat mendukung pengembangan usaha atau bisnis yang direncanakan.

Marketing adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”. Pemasaran yang baik bukan sebuah kebetulan melainkan hasil dari perencanaan dan pelaksanaan yang cermat namun, pemasaran atau marketing adalah hal yang rumit, dan bidang ini telah menjadi kelemahan dari banyak perusahaan yang dulu makmur. Karenanya kita memandang manajemen pemasaran (marketing manajemen) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih,

mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.<sup>4</sup>

Pemasaran, lebih dari fungsi bisnis lainnya, berhubungan dengan pelanggan. Walaupun kita akan segera mengenal definisi yang lebih detail mengenai pemasaran, mungkin definisinya yang paling sederhana adalah sebagai berikut : pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menubuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan.<sup>5</sup>

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien. Sebagai contoh untuk melakukan pengiriman uang (transfer) dapat dilakukan pada saat itu juga dengan sistem on line komputer. Padahal sebelumnya untuk mengirim uang dari satu bank ke lokasi lainnya memerlukan waktu beberapa hari. Demikian juga dalam hal penagihan (inkaso), waktu yang dibutuhkan menjadi lebih cepat. Disisi lain untuk melakukan penarikan uang saat ini tidak perlu dilakukan kebank, tetapi cukup dapat ditarik dimesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang tersebr diberbagai tempat. Disamping itu, ATM juga memberikan kelebihan lain seperti

---

<sup>4</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2008), 5.

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasara*, (Jakarta : Erlangga, 2008), 5.

informasi saldo serta melakukan berbagai pembayaran dalam waktu yang sangat cepat melalui pendebitan.<sup>6</sup>

Dana yang dihimpun oleh Bank sebagian besar disalurkan dalam bentuk pembiayaan, baik untuk usaha produktif maupun untuk keperluan konsumtif. Bank juga melakukan penempatan dana bekerjasama dengan mitra strategis dengan melakukan pembiayaan channelling maupun executing melalui Lembaga Keuangan Mikro Kecil yaitu, BMT (Baitul Maal Wa-Tamwil), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan perusahaan pembiayaan. Untuk menjaga posisi likuiditas jangka pendek, Bank juga melakukan penempatan dana pada bank lain serta pembelian surat-surat berharga berdasarkan Prinsip Syariah. Bank juga meningkatkan intensitas pembiayaan yang ditujukan pada pasar yang selama ini mempunyai kinerja pembiayaan yang baik dengan mengalokasikan porsi yang lebih besar kepada UMKM dalam realisasi portfolio pembiayaan. Salah satu produk dari Bank Muamalat adalah KPR iB Muamalat. KPR iB Muamalat adalah pembiayaan yang akan membantu Nasabah untuk memiliki rumah tinggal/ apartemen baru (indent/ready stock) maupun secondary. Pembiayaan ini juga dapat digunakan untuk pengalihan take over KPR dari bank lain, pembangunan, dan renovasi rumah tinggal. Diperuntukan bagi perorangan (WNI) cakap hukum yang berusia minimal 21 tahun atau maksimal 55 tahun untuk karyawan, dan 60 tahun untuk wiraswasta atau profesional pada saat jatuh tempo pembiayaan.

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajagrafino Persada, 2014), 189-190.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan mengangkat topik mengenai marketing pembiayaan murabahah dalam penulisan skripsi ini dengan mengambil judul “ANALISIS MARKETING PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PRODUK KPR DI BANK MUAMALAT JEMBER”

## **B. Fokus Penelitian**

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya, berikut fokus masalah dalam penelitian ini<sup>7</sup> :

1. Bagaimana pembiayaan murabahah yang diterapkan pada produk KPR di Bank Muamalat Jember?
2. Bagaimana analisis marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR di Bank Muamalat Jember?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pembiayaan murabahah yang diterapkan pada produk KPR di Bank Muamalat Jember.
2. Untuk mengetahui analisis marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR di Bank Muamalat Jember.

---

<sup>7</sup> Babun Suharto, dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember:IAIN Jember Press, 2015), 44.

## D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan di berikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.<sup>8</sup>

Adapun manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan agar bisa menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang strategi marketing yaitu pembiayaan, khususnya tentang “ANALISIS MARKETING PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PRODUK KPR DI BANK MUAMALAT JEMBER”.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Penulis

Dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman dalam bidang yang sesungguhnya serta sebagai aplikasi yang telah diperoleh peneliti selama kuliah serta dapat menambah pengetahuan bagi penulis mengenai analisis analisis marketing pembiayaan murabahah pada produk kpr di bank muamalat jember tersebut.

---

<sup>8</sup> Babun Suharto dkk, *pedoman penulisan karya ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45

b. Bagi Bank

Dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan bagi bank untuk memperluas pemasaran pembiayaan murabahah pada produk KPR.

c. Bagi IAIN Jember

- 1) Sebagai bahan pembanding atau pustaka bagi peneliti yang melakukan penelitian sejenis.
- 2) Sebagai bahan pengetahuan dalam bidang marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR yang dapat menambah hasanah keilmuan.

## E. Definisi Istilah

### 1. Analisis

Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya.

Analisis dapat juga diartikan sebagai kemampuan memecahkan atau menguraikan suatu materi atau informasi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga lebih mudah dipahami. Yaitu usaha dalam mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan komponen pembentuknya atau menyusun sebuah komponen untuk kemudian dikaji lebih mendalam.

Pengertian analisis lainnya adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu pokok menjadi bagian atau komponen sehingga dapat diketahui ciri atau tanda di setiap tiap bagian / komponen, hubungannya satu sama lain hingga fungsi masing-masingnya.<sup>9</sup>

## 2. Marketing

Kegiatan yang mempercepat perpindahan barang dan jasa dari sentra produsen ke sentra konsumen, yaitu semua yang berkaitan dengan iklan, distribusi, perdagangan, rencana produk, promosi, publisitas, penelitian dan pengembangan, penjualan, pengangkutan serta penyimpanan barang dan jasa.<sup>10</sup>

## 3. Pembiayaan

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa :

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah,
- b. Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik,
- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, dan istishna',
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh, dan
- e. Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan/atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang

<sup>9</sup> <https://www.zonareferensi.com/pengertian-analisis-menurut-para-ahli-dan-secara-umum>

<sup>10</sup> Sujana Ismaya, *Kamus Perbankan*, (Bandung : Pustaka Grafika, 2006), 157.

dibiayai dan/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.<sup>11</sup>

#### 4. Akad Murabahah

Akad murabahah adalah transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.<sup>12</sup>

### F. Sistematika Pembahasan

Untuk menjelaskan alur pemikiran dalam suatu pembahasan ini maka hasil dari analisis data tersebut dijabarkan secara sistematis dalam bentuk Bab.

**Bab I Pendahuluan**, yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika pembahasan. Fungsi bab ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam skripsi.

**Bab II Kajian Kepustakaan**, terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori pada penelitian terdahulu akan dijelaskan untuk dijadikan referensi peneliti. Kemudian pada kajian teori dijelaskan tentang pembahasan teori yang dijadikan beberapa materi penjelasan yaitu pertama kajian teori dijelaskan tentang pembahasan teori yang dijadikan beberapa materi penjelasan yaitu marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR di bank muamalat Jember. Yang kedua tentang penerapan marketing pembiayaan murabahah

---

<sup>11</sup> UUD RI Tentang Perbankan Syariah, (Pustaka Mahardika), 6.

<sup>12</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Depok : Raja Grafindo Persada, 2017), 46-47.

pada produk KPR di bank muamalat Jember. Kemudian yang memuat tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat kajian teori.

**BAB III Metode Penelitian**, yang memuat tentang metode yang akan digunakan oleh peneliti meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

**BAB IV Hasil Penelitian**, yang berisi tentang hasil penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian, penyajian data serta analisis dan pembahasan temuan.

**BAB V Kesimpulan dan Saran**, yaitu penutup berisi kesimpulan yang merangkum semua pembahasan yang diuraikan pada beberapa Bab sebelumnya. Dan tentang saran-saran rekomendasi mengacu atau bersumber dari temuan penelitian, pembahasan, dan kesimpulan akhir peneliti.

IAIN JEMBER

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti tetapi dalam setiap penelitian yang ada terdapat keunikan sendiri antara satu dengan yang lainnya. Hal ini dikarenakan adanya persamaan dan perbedaan tempat penelitian, objek penelitian dan literatur yang digunakan peneliti sendiri berbeda. Dalam mengetahui secara luas tentang analisis marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR di Bank Muamalat Jember. Peneliti berusaha membandingkan dengan skripsi lain mengenai marketing pembiayaan KPR diantaranya :

1. Siti Nasroh Nasution (2017) dengan judul “Analisis Strategi Marketing Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pembiayaan BSM Implan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Pematangsiantar)”. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dari hasil diagram cartesius, sangat jelas menunjukkan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Pematangsiantar berada pada kuadran I (satu) yaitu growth, dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas tentang marketing pembiayaan, sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini adalah pada penelitian

terdahulu menggunakan analisis SWOT sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan analisis SWOT.<sup>13</sup>

2. Sri Purwati (2017) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung)”. Universitas Negeri Raden Intan Lampung. Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini ialah bahwa strategi pemasaran yang dilakukan BSM KC Teluk Betung dalam meningkatkan jumlah nasabahnya yaitu dengan pemasaran secara *canvassing* (silaturahmi dan dilakukan dengan presentasi dengan instansi-instansi), *open table* (penawaran secara langsung dengan nasabah yang melakukan transaksi dengan *customer service*), pemasaran dengan penawaran ke perusahaan yang menjadi rekan BSM, penawaran kerjasama implan dengan beberapa instansi dan pengembangan bauran pemasaran seperti 4 P, *product, price, place, dan promotion*. Dalam prespektif ekonomi islam strategi pemasarannya yang dilakukan BSM KC Teluk Betung sudah sesuai dengan prinsip syariah dan tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam. Untuk pengembangan bauran pemasaran yaitu 4 P, *product, price, place, promotion* dalam pelaksanaannya juga tidak melanggar prinsip Islam dan sesuai etika bisnis Islam. Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas mengenai pemasaran dan sama-sama menggunakan

---

<sup>13</sup> Siti Nasroh Nasution “Analisis Strategi Marketing Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pembiayaan BSM Implan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Pematangsiantar)”, (skripsi: UIN Sumatera Utara Medan, Medan, 2017).

pendekatan kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu membahas tentang strategi pemasaran pembiayaan murabahah pada produk cicil emas sedangkan pada penelitian ini membahas tentang marketing pembiayaan.<sup>14</sup>

3. Linda Rahmawati (2018), dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Produk Griya iB Hasanah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Betung Lampung”. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran (marketing mix), produk yang ditawarkan sangat variatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk masa sekarang dan masa yang akan datang, sedangkan dari harga sangat murah dan fleksibel untuk melakukan transaksi. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran produk KPR. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini menggunakan akad mudharabah sedangkan pada penelitian terdahulu tidak menggunakan akad mudharabah.<sup>15</sup>
4. Rusdi Duila (2018), dengan judul “Analisis Akad-Akad pada Pembiayaan *Take Over* KPR Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember Berdasarkan

---

<sup>14</sup> Sri Purwati “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung)”, (skripsi: Universitas Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2017).

<sup>15</sup> Linda Rahmawati “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Produk Griya iB Hasanah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Betung Lampung”, (skripsi: UIN Raden Intan Lampung, Lampung, 2018).

Fatwa DSN-MUI NO : 31/DSN-MUI/VI/2002”. Institut Agama Islam Negeri Jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Pelaksanaan pembiayaan *take over* KPR di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember harus menyertakan berbagai persyaratan seperti kelengkapan identitas diri serta melampirkan SHM/SHGB, IMB dan denah bangunan, selanjutnya proses BI *Checking* dan DHN, kemudian dilanjutkan dengan analisis kelayakan. Dengan menggunakan analisis 5C yang meliputi *character, capital, capacity, collateral, dan condition of economy*. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan pada penelitian terdahulu menggunakan akad-akad pada pembiayaan KPR, sedangkan pada penelitian ini menggunakan akad mudharabah.<sup>16</sup>

5. Mohammad Subairi (2018), dengan judul “Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRI Syariah iB dalam Prespektif Green Banking di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Jember”. Institut Agama Islam Negeri Jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah mekanisme pembiayaan murabahah. Dimana BRI Syariah sebagai penyedia dana dan developer sebagai penyedia barang. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan pada penelitian terdahulu membahas tentang KPR dalam prespektif *green*

---

<sup>16</sup> Rusdi Duila “Analisis Akad-Akad pada Pembiayaan *Take Over* KPR Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember Berdasarkan Fatwa DSN-MUI NO : 31/DSN-MUI/VI/2002”, (skripsi: IAIN Jember, Jember, 2018).

*banking*, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang pembiayaan KPR dengan akad mudharabah.<sup>17</sup>

6. Fatmawati (2017), dengan judul “Manajemen Risiko Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi di Bank Tabungan Negara KC Jember”. Institut Agama Islam Negeri Jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah cara menangani risiko kredit KPR bersubsidi di Bank Tabungan Negara KC Jember menggunakan prinsip *prudential banking*, Bank Tabungan Negara dalam memberikan kredit kepada nasabah dituntut harus dapat meminimalisir potensi-potensi terjadinya kredit macet dikemudian hari. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan pada penelitian terdahulu adalah membahas tentang manajemen risiko kredit KPR, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang marketing pembiayaan KPR.<sup>18</sup>
7. Siti Mariatu Ulfa (2017), dengan judul “Analisis Risiko Pembiayaan KPR Bersubsidi Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) di BRI Syariah KCP Rogojampi Banyuwangi”. Institut Agama Islam Negeri Jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah risiko pembiayaan KPR bersubsidi (FLPP) sangat kecil antara 1-5%. Cara yang dilakukan dalam mengantisipasi risiko

<sup>17</sup> Mohammad Subairi “Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRI Syariah iB dalam Prespektif Green Banking di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Jember”, (skripsi: IAIN Jember, Jember, 2018).

<sup>18</sup> Fatmawati “Manajemen Risiko Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi di Bank Tabungan Negara KC Jember”, (skripsi: Jember, Jember, 2017).

pembiayaan KPR bersubsidi (FLPP) supaya tidak terjadi NPF dengan cara melakukan pemasangan APHT (Akta Pembebanan Hak Tanggungan) pada jaminan nasabah. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan pada penelitian terdahulu adalah membahas tentang manajemen risiko kredit KPR, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang marketing pembiayaan KPR.<sup>19</sup>

8. Rohmaniah Nuril Maulina (2018), dengan judul “ Analisis Kebijakan *Loan to Value* dalam Keputusan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Kantor Cabang Jember”. Institut Agama Islam Negeri Jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah solusi yang dilakukan untuk menanggulangi dampak yang terjadi adalah bekerjasama dengan developer untuk saling membantu dalam penyediaan rumah yang lebih tertata agar dapat mencapai target pasar, melakukan pemasaran yang agresif, serta layanan dan proses kredit yang cepat dan berkualitas. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu membahas tentang

---

<sup>19</sup> Siti Mariatu Ulfa “Analisis Risiko Pembiayaan KPR Bersubsidi Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) di BRI Syariah KCP Rogojampi Banyuwangi”, (skripsi: IAIN Jember, Jember, 2017).

*Loan to Value*, sedangkan penelitian ini membahas tentang marketing pembiayaan pada produk KPR.<sup>20</sup>

9. Riris Wahyuni (2018), dengan judul “Analisis Segmentasi Pasar Kredit KPR pada Bank BTN KC Jember”. Institut Agama Islam Negeri Jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah segmentasi pasar kredit pada Bank BTN KC Jember terbagi menjadi 2 : KPR subsidi dan KPR nonsubsidi, menggunakan segmen demografis dan segmen psikografis, karena segmentasi dilihat dari pendapatan dan kelas sosial karena dengan tersegmennya pemasaran pihak bank bisa memahami seperti apa nasabah yang akan mengajukan kredit dengan spesifikasi persyaratan yang telah dijelaskan sebelumnya. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu menggunakan akad, sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan akad.<sup>21</sup>
10. Aniqotuzzuhro’ Fitriana (2017), dengan judul “Akuntansi atas Pembiayaan Pemilikan Rumah Berdasarkan Prinsip Ijarah Muntahiya Bittamlik (IMBT) pada PT. Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi”. Institut Agama Islam Negeri Jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pembiayaan pemilikan rumah dengan akad prinsip *Ijarah Muntahiya Bittamlik* telah sesuai

<sup>20</sup> Rohmaniah Nuril Maulina “ Analisis Kebijakan *Loan to Value* dalam Keputusan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Kantor Cabang Jember”, (skripsi: IAIN Jember, Jember, 2018).

<sup>21</sup> Riris Wahyuni “Analisis Segmentasi Pasar Kredit KPR pada Bank BTN KC Jember”, (skripsi: IAIN Jember, 2018).

dengan syariat Islam. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu menggunakan akad *ijarah muntahiya bittamlik*, sedangkan pada penelitian ini menggunakan akad mudharabah.<sup>22</sup>

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama/ Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
1.	Siti Nasroh Nasution (2017) dengan judul “Analisis Strategi Marketing Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pembiayaan BSM Implan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Pematangsiantar)”	Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas tentang marketing pembiayaan, sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu menggunakan analisis SWOT sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan analisis SWOT.	Dari hasil diagram cartesius, sangat jelas menunjukkan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Pematangsiantar berada pada kuadran I (satu) yaitu growth, dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.
2.	Sri Purwati (2017) dengan judul	Persamaan dari	Perbedaan penelitian ini	Hasil dari penelitian ini

<sup>22</sup> Aniqotuzzuhro' Fitriana “Akuntansi atas Pembiayaan Pemilikan Rumah Berdasarkan Prinsip Ijarah Muntahiya Bittamlik (IMBT) pada PT. Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi”, (skripsi: IAIN Jember, Jember, 2017).

	<p>“Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung)”.</p>	<p>penelitian ini sama-sama membahas mengenai pemasaran dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.</p>	<p>adalah pada penelitian terdahulu membahas tentang strategi pemasaran pembiayaan murabahah pada produk cicil emas sedangkan pada penelitian ini membahas tentang marketing pembiayaan.</p>	<p>ialah bahwa strategi pemasaran yang dilakukan BSM KC Teluk Betung dalam meningkatkan jumlah nasabahnya yaitu dengan pemasaran secara <i>canvassing</i> (silaturahmi dan dilakukan dengan presentasi dengan instansi-instansi), <i>open table</i> (penawaran secara langsung dengan nasabah yang melakukan transaksi dengan <i>customer service</i>), pemasaran dengan penawaran ke perusahaan yang menjadi rekan BSM, penawaran kerjasama implan dengan beberapa instansi dan pengembangan bauran pemasaran seperti 4 P, <i>product, price, place, dan promotion.</i></p>
--	---	---	--	--

				<p>Dalam perspektif ekonomi islam strategi pemasarannya yang dilakukan BSM KC Teluk Betung sudah sesuai dengan prinsip syariah dan tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam. Untuk pengembangan bauran pemasaran yaitu 4 P, <i>product, price, place, promotion</i> dalam pelaksanaannya juga tidak melanggar prinsip Islam dan sesuai etika bisnis Islam.</p>
3.	<p>Linda Rahmawati (2018), dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Produk Griya iB Hasanah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Betung Lampung”.</p>	<p>Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran produk KPR.</p>	<p>Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini menggunakan akad mudharabah sedangkan pada penelitian terdahulu tidak menggunakan akad</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran (marketing mix), produk yang ditawarkan sangat variatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat</p>

			mudharabah.	untuk masa sekarang dan masa yang akan datang, sedangkan dari harga sangat murah dan fleksibel untuk melakukan transaksi.
4.	Rusdi Duila (2018), dengan judul “Analisis Akad-Akad pada Pembiayaan <i>Take Over</i> KPR Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember Berdasarkan Fatwa DSN-MUI NO : 31/DSN-MUI/VI/2002”.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan pada penelitian terdahulu menggunakan akad-akad pada pembiayaan KPR, sedangkan pada penelitian ini menggunakan akad mudharabah.	Kesimpulan dari penelitian ini adalah Pelaksanaan pembiayaan <i>take over</i> KPR di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember harus menyertakan berbagai persyaratan seperti kelengkapan identitas diri serta melampirkan SHM/SHGB, IMB dan denah bangunan, selanjutnya proses BI <i>Checking</i> dan DHN, kemudian dilanjutkan dengan analisis kelayakan. Dengan menggunakan analisis 5C yang meliputi <i>character, capital, capacity, collateral, dan</i>

				<i>condition of economy.</i>
5.	Mohammad Subairi (2018), dengan judul “Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRI Syariah iB dalam Prespektif Green Banking di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Jember”.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan pada penelitian terdahulu membahas tentang KPR dalam prespektif <i>green banking</i> , sedangkan pada penelitian ini membahas tentang pembiayaan KPR dengan akad mudharabah.	Kesimpulan dari penelitian ini adalah mekanisme pembiayaan murabahah. Dimana BRI Syariah sebagai penyedia dana dan developer sebagai penyedia barang.
6.	Fatmawati (2017), dengan judul “Manajemen Risiko Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi di Bank Tabungan Negara KC Jember”.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan pada penelitian terdahulu adalah membahas tentang manajemen risiko kredit KPR, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang marketing pembiayaan KPR.	Kesimpulan dari penelitian ini adalah cara menangani risiko kredit KPR bersubsidi di Bank Tabungan Negara KC Jember menggunakan prinsip <i>prudential banking</i> , Bank Tabungan Negara dalam memberikan kredit kepada nasabah dituntut harus dapat meminimalisir potensi-potensi terjadinya kredit macet dikemudian

				hari.
7.	Siti Mariatu Ulfa (2017), dengan judul “Analisis Risiko Pembiayaan KPR Bersubsidi Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) di BRI Syariah KCP Rogojampi Banyuwangi”.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan pada penelitian terdahulu adalah membahas tentang manajemen risiko kredit KPR, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang marketing pembiayaan KPR.	Kesimpulan dari penelitian ini adalah risiko pembiayaan KPR bersubsidi (FLPP) sangat kecil antara 1-5%. Cara yang dilakukan dalam mengantisipasi risiko pembiayaan KPR bersubsidi (FLPP) supaya tidak terjadi NPF dengan cara melakukan pemasangan APHT (Akta Pembebanan Hak Tanggungan) pada jaminan nasabah.
8.	Rohmaniah Nuril Maulina (2018), dengan judul “Analisis Kebijakan <i>Loan to Value</i> dalam Keputusan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Kantor Cabang Jember”.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan dari penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu membahas tentang <i>Loan to Value</i> , sedangkan penelitian ini membahas tentang marketing pembiayaan pada produk KPR.	Kesimpulan dari penelitian ini adalah solusi yang dilakukan untuk menanggulangi dampak yang terjadi adalah bekerjasama dengan developer untuk saling membantu dalam penyediaan rumah yang lebih tertata agar dapat mencapai target pasar,

				melakukan pemasaran yang agresif, serta layanan dan proses kredit yang cepat dan berkualitas.
9.	Riris Wahyuni (2018), dengan judul “Analisis Segmentasi Pasar Kredit KPR pada Bank BTN KC Jember”.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan dari penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu menggunakan akad, sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan akad.	Kesimpulan dari penelitian ini adalah segmentasi pasar kredit pada Bank BTN KC Jember terbagi menjadi 2 : KPR subsidi dan KPR nonsubsidi, menggunakan segmen demografis dan segmen psikografis, karena segmentasi dilihat dari pendapatan dan kelas sosial karena dengan tersegmennya pemasran pihak bank bisa memahami seperti apa nasabah yang akan mengajukan kredit dengan spesifikasi persyaratan yang telah dijelaskan sebelumnya.
10.	Aniqotuzzuhro' Fitriana (2017), dengan judul	Persamaan penelitian terdahulu	Perbedaan dari penelitian	Kesimpulan dari penelitian ini adalah

	<p>“Akuntansi atas Pembiayaan Pemilikan Rumah Berdasarkan Prinsip Ijarah Muntahiya Bittamlik (IMBT) pada PT. Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi”.</p>	<p>dengan penelitian ini membahas tentang KPR dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.</p>	<p>terdahulu adalah pada penelitian terdahulu menggunakan akad <i>ijarah muntahiya bittamlik</i>, sedangkan pada penelitian ini menggunakan akad mudharabah.</p>	<p>pembiayaan pemilikan rumah dengan akad prinsip <i>Ijarah Muntahiya Bittamlik</i> telah sesuai dengan syariat Islam.</p>
--	--	--	--	--

**Sumber : Data Diolah**

Dari beberapa penelitian terdahulu yang sudah ditemukan oleh peneliti, sebagai acuan penyajian hasil peneliti yang dirasa masih cukup relevan dengan yang dilakukan peneliti. Perbedaan yang menonjol dalam penelitian yang akan dilakukan adalah bagaimana analisis marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR. Dan mengenai kesamaan dari penelitian yakni sama-sama membahas tentang produk KPR.

## B. Kajian Teori

### 1. Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

Produk pembiayaan KPR yang digunakan dalam perbankan syariah memiliki perbedaan dengan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) di perbankan konvensional. Hal ini merupakan implikasi dari perbedaan prinsip yang diterapkan perbankan syariah dan perbankan konvensional, yaitu konsep bagi hasil dan kerugian (*profit and loss sharing*) sebagai pengganti sistem bunga perbankan konvensional. Dalam produk pembiayaan kepemilikan rumah ini, terdapat beberapa perbedaan antara perbankan syariah dan

perbankan konvensional diantaranya pemberlakuan sistem kredit dan sistem *mark up*, kebolehan dan ketidakbolehan tawar-menawar antara nasabah dengan bank, prosedur pembiayaan dan lain sebagainya.<sup>23</sup>

KPR atau Kredit Pemilikan Rumah merupakan salah satu jenis pelayanan kredit yang diberikan oleh bank kepada para nasabah yang menginginkan pinjaman khusus untuk memenuhi kebutuhan dalam pembangunan rumah. KPR juga muncul karena adanya berbagai kondisi penunjang yang strategis diantaranya adalah pemenuhan kebutuhan perumahan yang semakin lama semakin tinggi namun belum dapat mengimbangi kemampuan daya beli kontan dari masyarakat. KPR (Kredit Pemilikan Rumah) adalah kredit yang digunakan untuk membeli rumah atau untuk kebutuhan konsumtif lainnya dengan jaminan/agunan berupa rumah. Secara umum ada 2 jenis KPR, yaitu:<sup>24</sup>

a. KPR Subsidi

Merupakan suatu kredit yang diperuntukkan kepada masyarakat yang mempunyai penghasilan menengah kebawah, hal ini guna untuk memenuhi kebutuhan memiliki rumah atau perbaikan rumah yang telah dimiliki sebelumnya. Bentuk subsidi yang diberikan berupa : Subsidi meringankan kredit dan subsidi menambah dana pembangunan atau perbaikan rumah. Kredit subsidi ini diatur tersendiri oleh Pemerintah, sehingga tidak setiap masyarakat yang

<sup>23</sup> Putri Puspita Sari, "Perbandingan Kredit Pemilikan Rumah Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Kepemilikan Rumah Pada Bank Syariah", <https://jurnal.mahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/download/724/508>, (11, Juli, 2019).

<sup>24</sup> Ibid.,

mengajukan kredit dapat diberikan fasilitas ini. Secara umum batasan yang ditetapkan oleh Pemerintah dalam memberikan subsidi adalah penghasilan pemohon dan maksimum kredit yang diberikan.

b. KPR Non Subsidi

Merupakan KPR yang diperuntukkan bagi seluruh masyarakat tanpa adanya campur tangan pemerintah. Ketentuan KPR ditetapkan oleh bank itu sendiri, sehingga penentuan besarnya kredit maupun suku bunga dilakukan sesuai dengan kebijakan bank yang bersangkutan.

Perbedaan antara KPR konvensional dan KPR Syariah Konvensional adalah dari sisi akad yang ditawarkan. Kalau KPR konvensional menggunakan sistem Bunga, maka KPR syariah tidak boleh menggunakan instrumen bunga dalam perhitungan angsuran dan dalam bank syariah tidak dikenal istilah bunga atau interest fee melainkan sistem bagi hasil, karena dalam syariah bunga dianggap riba. Untuk produk KPR syariah, nasabah juga diuntungkan ketika ingin melunasi angsuran sebelum masa kontrak terakhir, karena bank syariah tidak akan mengenakan pinalti. Bank syariah tidak mengenakan sistem pinalti karena harga KPR sudah ditetapkan sejak awal (fixed rate). Hal ini berbeda dengan KPR konvensional yang menggunakan sistem bunga yang menyebabkan cicilan terus berubah.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Sapi'i dan Agus Setiawan, "Pemilihan Pembiayaan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) Dengan Akad Murabahah (Studi Kasus Di Bank Muamalat Tbk Cabang Pembantu Samarinda Seberang)", <https://media.neliti.com/media/publications/141382-ID-pemilihan-pembiayaan-kpr-kredit-pemilika.pdf>, (11, Juli, 2019), 18.

Gencarnya produk KPR syariah tidak lepas dari kegiatan pemasaran dan promosi oleh pihak bank syariah. (Dini: 2014: 08). Rekomendasi para nasabah yang telah menggunakan produk syariah turut mempengaruhi pemilihan produk KPR syariah. Tentunya hal ini tidak lepas dari pengalaman baik yang dirasakan oleh para nasabah selama menggunakan produk KPR syariah. Biaya administrasi yang dibebankan kepada nasabah serta pelayanan dari para staff bank syariah turut mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan KPR syariah dan kemudahan untuk menjangkau bank syariah (lokasi) di wilayah para nasabah tinggal juga memberi pengaruh terhadap pemilihan bank syariah.

Memiliki rumah sendiri kini bukan lagi suatu yang sulit, karena ada fasilitas kredit pemilikan rumah yang diberikan oleh kalangan perbankan yang biasa disebut Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Bank Muamalat pun hadir memenuhi permintaan masyarakat dengan nama pembiayaan Hunian Syariah dari Bank Muamalat adalah fasilitas pembiayaan untuk kepemilikan hunian sesuai dengan prinsip syariah.

Bank Muamalat sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia juga mengeluarkan produk pembiayaan hunian syariah sebagai salah satu produk andalannya. Dengan adanya kebutuhan masyarakat dalam kepemilikan rumah dengan cara cicilan dan sesuai dengan prinsip Islami.

Dengan adanya fenomena kebutuhan masyarakat dalam kepemilikan rumah dengan cara cicilan dan sesuai dengan prinsip Islami, maka peneliti tertarik untuk mengangkat dalam sebuah penelitian dengan judul di atas. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan untuk memilih KPR iB Muamalat, Pada Bank Muamalat Tbk Cabang Pembantu Samarinda Seberang.<sup>26</sup>

## 2. Pembiayaan Murabahah

### a. Definisi

Salah satu skim fiqih yang paling populer digunakan oleh perbankan syariah adalah skim jual-beli *murabahah*. Transaksi *murabahah* ini lazim dilakukan oleh Rasulullah SAW dan para sahabatnya. Secara sederhana, *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati. Misalnya, seseorang membeli barang kemudian menjualnya kembali dengan keuntungan tertentu. Berapa besar keuntungan tersebut dapat dinyatakan dalam nominal rupiah tertentu atau dalam bentuk persentase dari harga pembelinya, misalnya 10% atau 20%.<sup>27</sup>

*Murabahah* adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan,

<sup>26</sup> Ibid., 19.

<sup>27</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 113.

termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba/ keuntungan dalam jumlah tertentu.<sup>28</sup>

b. Teknis Perbankan

*Murabahah* adalah akad jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Berdasarkan akad jual-beli tersebut bank membeli barang yang dipesan oleh dan menjualnya kepada nasabah. Harga jual bank adalah harga beli dari *supplier* ditambah keuntungan yang disepakati. Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan. *Murabahah* dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam *murabahah* berdasarkan pesananan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah.<sup>29</sup>

c. Fitur dan Mekanisme<sup>30</sup>

- 1) Bank bertindak sebagai pihak penyedia dana dalam kegiatan transaksi *Murabahah* dengan nasabah,
- 2) Bank dapat membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya,
- 3) Bank wajib menyediakan dana untuk merealisasikan penyediaan barang yang dipesan nasabah, dan
- 4) Bank dapat memberikan potongan dalam besaran yang wajar dengan tanpa diperjanjikan di muka.

<sup>28</sup> Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), 271.

<sup>29</sup> Ibid., 271.

<sup>30</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 47.

d. Tujuan/ Manfaat

1) Bagi Bank

- a) Sebagai salah satu bentuk penyaluran dana,
- b) Memperoleh pendapatan dalam bentuk margin.

2) Bagi Nasabah

- a) Merupakan salah satu alternatif untuk memperoleh barang tertentu melalui pembiayaan dari bank,
- b) Dapat mengangsur pembayaran dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.

e. Analisis dan Identifikasi Risiko

- 1) Risiko Pembayaran (*financing risk*) yang disebabkan oleh nasabah wanprestasi atau default.
- 2) Risiko Pasar yang disebabkan oleh pergerakan nilai tukar jika pembiayaan atas dasar *Akad Murabahah* diberikan dalam valuta asing.

f. Fatwa Syariah<sup>31</sup>

- 1) Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah*.
- 2) Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 10/DSN-MUI/IV/2000 tentang *wakalah*.
- 3) Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 13/DSN-MUI/IX/2000 tentang Uang Muka dalam *Murabahah*.

---

<sup>31</sup> Ibid., 48.

- 4) Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam *Murabahah*.
- 5) Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 23/DSN-MUI/III/2002 tentang Potongan Pelunasan dalam *Murabahah*.
- 6) Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 46/DSN-MUI/II/2005 tentang Potongan Tagihan *Murabahah (Khashm Fi Al-Murabahah)*.
- 7) Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 47/DSN-MUI/II/2005 tentang Penyelesaian Piutang *Murabahah* Bagi Nasabah Tidak Mampu Membayar.
- 8) Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 48/DSN-MUI/II/2005 tentang Penjadwalan Kembali Tagihan *Murabahah*.
- 9) Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 49/DSN-MUI/II/2005 tentang Konversi Akad *Murabahah*.

### 3. Marketing

Marketing/ pemasaran dapat dideskripsikan sebagai proses pendefinisian, pengantisipasi, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa.

Ada 7 fungsi pemasaran (*function of marketing*) pokok :

- a. analisis konsumen,
- b. penjualan produk/jasa,
- c. perencanaan produk dan jasa,
- d. penetapan harga,
- e. distribusi,

- f. riset pemasaran, dan
- g. analisis peluang.

Memahami fungsi-fungsi ini membantu para penyusun strategi mengidentifikasi serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan pemasaran.<sup>32</sup>

#### 1) Tujuan Pemasaran Bank

Setiap tindakan yang dilakukan apakah oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>33</sup>

Sudah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam praktiknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah sebagai berikut<sup>34</sup>:

<sup>32</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: salemba empat, 2010), 198.

<sup>33</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 196.

<sup>34</sup> *Ibid.*, 197.

- a. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang di inginkan nasabah.
- c. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

## 2) Konsep Inti dalam Pemasaran

### a. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan

Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia. Orang membutuhkan udara, makanan, air, pakaian, dan tempat tinggal untuk dapat bertahan hidup. Orang juga memiliki kebutuhan yang kuat akan rekreasi, pendidikan, dan hiburan. Kebutuhan-kebutuhan ini menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.

Permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membayar.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 12-14

#### b. Pasar Sasaran, Positioning, dan Segmentasi

Seorang pemasar jarang dapat memuaskan semua orang dalam suatu pasar. Tidak semua orang menyukai sereal, kamar hotel, restoran, mobil universitas, atau film yang sama. Karenanya, pemasar memulai dengan membagi-bagi pasar ke dalam segmen-segmen. Mereka mengidentifikasi dan membuat profil dari kelompok-kelompok pembeli yang berbeda, yang mungkin lebih menyukai atau menginginkan bauran produk dan jasa yang beragam, dengan meneliti perbedaan demografis, psikografis, dan perilaku di antara pembeli.

#### c. Penawaran dan Merek

Perusahaan memenuhi kebutuhan dengan mengajukan sebuah proposisi nilai (*value proposition*), yaitu serangkaian keuntungan yang mereka tawarkan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Proposisi nilai yang sifatnya tidak berwujud tersebut dibuat menjadi berwujud dengan suatu penawaran. Penawaran dapat berupa suatu kombinasi produk, jasa, informasi, dan pengalaman.

Merek (brand) adalah suatu penawaran dari sumber yang diketahui. Merek seperti McDonald's menimbulkan banyak asosiasi dibenak orang, yang membentuk merek tersebut: hamburger, kesenangan, anak-anak, makanan cepat saji, kenyamanan, dan busur

emas. Semua perusahaan berjuang untuk memebangun citra merek yang kuat, disukai, dan unik.

d. Nilai dan Kepuasan

Penawaran akan berhasil jika memberikan nilai dan kepuasan kepadapembeli sasaran. Pembeli memilih penawaran yang berbedabeda. Berdasarkan persepsinya akan penawaran yang memberikan nilai terbesar. Nilai mencerminkan sejumlah manfaat, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, dan biaya yang di persepsikan oleh pelanggan. Nilai adalah kombinasi kualitas, pelayanan, dan harga, yang disebut juga “tiga elemen tiga pelanggan”. Nilai meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas dan pelayanan, dan sebaliknya menurun seiring dengan menurunnya harga, walaupun faktor-faktor lain juga dapat memainkan peran penting dalam persepsi kita akan nilai.

e. Saluran Pemasaran

Pemasaran menggunakan *saluran distribusi* untuk menggelar, menjual, atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna. Saluran distribusi mencakup distributor, pedagang grosir, pengecer, dan agen.

Pemasar uga menggunakan *saluran layanan* untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli. Saluran layanan mencakup gudang, perusahaan transportasi, bank, dan perusahaan asuransi yang membantu transaksi. Pemasar menghadapi tantangan dalam memilih

bauran terbaik antara saluran komunikasi, distribusi, dan layanan untuk penawaran mereka.<sup>36</sup>

f. Rantai Pasokan

Rantai pasokan (*suplly chain*) adalah saluran yang lebih panjang yang membentang dari bahan mentah hingga komponen sampai produk akhir yang diantarkan ke pembeli akhir. Rantai pasokan untuk dompet wanita dimulai dengan penyediaan kulit dan melalui penyamakan, pemotongan, manufaktur, dan saluran pemasaran sebelum dapat menyampaikan produk kepada pelanggan. Setiap perusahaan hanya meraih presentase tertentu dari tptal nilai yang dihasilkan oleh sistem penghantaran nilai rantai pasokan. Ketika suatu perusahaan mendapatkan pesaing atau memperluas bisnisnya ke hulu atau ke hilir, tujuannya adalah demi meraih presentase yang lebih tinggi dari nilai rantai pasokan.

g. Persaingan

Persaingan mencakup semua penawaran dan produk substitusi yang ditawarkan oleh pesaing, baik yang aktual maupun yang potensial, yang mungkin dipertimbangkan oleh seorang pembeli.<sup>37</sup>

h. Lingkungan Pemasaran

Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan tugas dan lingkungan luas. *Lingkungan tugas* mencakup para pelaku yang terlibat dalam produksi, distribusi, dan promosi penawaran.

---

<sup>36</sup> Ibid., 14.

<sup>37</sup> Ibid., 15.

Termasuk didalam adalah perusahaan, pemasok, distributor, dealer, dan pelanggan sasaran. Dalam kelompok pemasok terdapat pemasok bahan dan pemasok layanan, seperti lembaga riset pemasaran, agen periklanan., bank dan perusahaan asuransi, perusahaan transportasi, dan perusahaan telekomunikasi. Distributor dan dealer mencakup agen, pialang, perwakilan manufaktur, dan pihak lain yang membantu menemukan dan menjual ke pelanggan.

*lingkungan luas* terdiri atas enam komponen : lingkungan demografis, lingkungan ekonomi, lingkungan fisik, lingkungan teknologi, lingkungan politik-hukum, dan lingkungan sosial budaya. Pemasar harus benar-benar memperhatikan tren dan perkembangan dalam lingkungan-lingkungan ini dan melakukan penyesuaian yang tepat waktu pada strategi pemasaran mereka.

### 3) Segmentasi, Targeting, and positioning

Segmentasi adalah upaya mengelompokkan konsumen berdasarkan kebutuhan. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi sekelompok konsumen yang memiliki kebutuhan yang dapat dipenuhi dengan produk tunggal tertentu, sehingga perusahaan dapat menerapkan upaya pemasaran secara lebih efektif dan ekonomis.<sup>38</sup>

Asumsi yang mendasarinya antara lain.

- a. Tidak semua konsumen mirip satu sama lain.

---

<sup>38</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Andi, 2017), 150-151.

- b. Sub-kelompok konsumen dengan perilaku, latar belakang, nilai dan kebutuhan serupa dapat diidentifikasi.
- c. Sub-kelompok akan lebih kecil dan lebih homogen dibanding pasar secara keseluruhan.
- d. Akan lebih mudah memuaskan sekelompok kecil konsumen yang serupa dibandingkan berusaha memuaskan kelompok besar konsumen yang berbeda-beda.

Ada empat prinsip segmentasi pasar :

1) *Undifferentiated marketing* (mass marketing)

Dalam strategi ini perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan semua pembeli dengan melakukan produksi massal, distribusi massal, dan promosi massal sebuah produk. Mass marketing bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan skala ekonomis, sehingga biaya dan harganya murah, serta dapat menjangkau sebanyak mungkin pembeli potensial. Undifferentiated marketing juga dapat diterapkan pada sebagian produk yang mungkin tidak dianggap standar oleh pasar, misalnya bir, kopi, rokok, dan bahan-bahan pembersih rumah tangga.

2) *Differentiated marketing*

Yaitu perusahaan mempromosikan sejumlah produk dengan berbagai bauran pemasaran yang dirancang untuk memuaskan beberapa segmen pasar.

### 3) *Concentrated marketing* (niche marketing)

Yaitu perusahaan memfokuskan upaya pemasarannya untuk memuaskan satu segmen pasar tunggal. Alternatif ini cocok bagi perusahaan kecil yang kekurangan sumber daya finansial dan bagi perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sangat terspesialisasi.

### 4) *Micromarketing*

Yaitu perusahaan melakukan customization pada produk dan program pemasarannya untuk disesuaikan dengan selera individu dan lokasi spesifik.<sup>39</sup>

### 4) Menetapkan Target Pasar

Menetapkan target pasar artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran. Kegiatan menetapkan pasar sasaran meliputi:

#### a. Evaluasi segmen pasar yang meliputi:

- 1) Ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data tentang usia pembeli/ nasabah, pendapatan, jenis kelamin atau gaya hidup dari setiap segmen.
- 2) Struktural segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas, kurang menarik jika terdapat pesaing yang kuat dan agresif.

---

<sup>39</sup> Ibid., 152-153

- 3) Sasaran dan sumber daya bank dengan memperhatikan energi yang dimiliki bank, yaitu ketersediaan sumber daya manusia termasuk keterampilan yang dimilikinya.
- b. Memilih segmen yaitu menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani. Pemilihan segmen dapat dilakukan dengan cara:
- 1) Pemasaran serba sama, melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan.
  - 2) Pemasaran serba aneka, merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan atau kepribadian.
  - 3) Pemasaran terpadu, khusus untuk sumber daya manusia yang terbatas.<sup>40</sup>

Sasaran pasar adalah suatu kelompok konsumen yang agak homogen, kepada siapa perusahaan ingin melakukan pendekatan untuk dapat menarik (*appeal*) dan pembeli produk yang dipasarkan. Penentuan produk apa yang akan diproduksi dan dipasarkan oleh suatu perusahaan tidak hanya didasarkan pada jenis kebutuhan yang akan dipenuhi, tetapi juga didasarkan pada kebutuhan kelompok konsumen mana yang akan dipenuhi. Hal ini disebabkan oleh adanya kenyataan

---

<sup>40</sup> Ibid., 210-211.

bawa kelompok-kelompok konsumen berbeda-beda dalam kebutuhan dan keinginannya, sedangkan kemampuan perusahaan terbatas.<sup>41</sup>

#### 5) Menentukan Posisi Pasar

Penentuan posisi pasar bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangat penting. Menentukan posisi pasar, yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki dengan cara menentukan posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut. Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atribut, misalnya:

- a. Simpanan giro diposisikan sebagai kantongnya pengusaha.
- b. Simpanan tabungan diposisikan sebagai kantongnya keluarga.
- c. Simpanan deposito diposisikan sebagai kantong sekaligus sebagai tempat investasinya para investor.<sup>42</sup>

#### 6) Marketing Mix

*Marketing mix* (bauran pemasaran) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.

Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai

<sup>41</sup> Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 163-164

<sup>42</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 211-212.

dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya, konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Khusus untuk produk yang berbentuk barang jasa diperlakukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.<sup>43</sup>

Konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P, yaitu:

- 1) *Product* (produk),
- 2) *Price* (harga),
- 3) *Place* (tempat/ saluran distribusi), dan
- 4) *Promotion* (promosi).

Dalam rangka memenangkan persaingan antara bank dalam menjalankan bauran pemasarannya dapat dilakukan berbagai strategi. Akan tetapi, ketepatan penggunaan strategi bauran pemasaran jasa suatu bank ditentukan antara lain melalui kualitas jasa yang ditawarkan (*perceived service quality*).<sup>44</sup>

Keberhasilan faktor ini dapat diukur melalui hal-hal berikut :

- 1) Kualitas jasa yang dirasakan pelanggan (*service performance/perceived service*). Artinya apa yang diterima nasabah pada saat menerima atau membeli jasa yang ditawarkan bank.
- 2) Jasa yang diharapkan (*customer expectation*). Artinya apa yang dirasakan nasabah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan terhadap jasa yang dibelinya.

---

<sup>43</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 213.

<sup>44</sup> *Ibid.*, 215-216.

Kemudian kualitas jasa yang ditawarkan ditentukan oleh berbagai faktor yang memengaruhinya. Menurut beberapa ahli pemasaran paling tidak ada lima unsur yang menentukan kualitas jasa, yaitu sebagai berikut:

1) *Tangible* (bukti nyata)

Artinya, jasa yang berkualitas dilihat dari fasilitas fisik seperti gedung, kantor, ruangan, pakaian dan penampilan bertugas karyawan, lokasi pelayanan serta fasilitas kantor.

2) *Emphaty* (empati)

Artinya, jasa yang berkualitas mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, seperti sikap, kewajaran yang ditawarkan, kesediaan membantu nasabah, menanggapi setiap permintaan nasabah, kesopanan karyawan, perhatian kepada kepentingan dan kebutuhan nasabah.

3) *Reliability* (keandalan)

Artinya, jasa yang berkualitas meliputi kepercayaan kepada institusi, akurasi catatan nasabah dan kepercayaan nasabah kepada karyawan.

4) *Responsiveness* (daya tanggap)

Artinya, jasa yang berkualitas mencakup kecepatan layanan karyawan dan dukungan institusi pada karyawan.

5) *Assurance* (jaminan atau kepastian)

Artinya, jasa yang berkualitas mencakup janji institusi kepada pelanggan, penetapan waktu pemberian jasa, keamanan bertransaksi, penetapan waktu operasi, dan kepastian jasa yang diberikan.

#### 7) Prinsip-prinsip Pemberian Kredit

Jaminan kredit yang diberikan nasabah kepada bank hanyalah merupakan tambahan, terutama untuk melindungi kredit yang macet akibat suatu musibah. Akan tetapi, apabila suatu kredit diberikan telah dilakukan penelitian secara mendalam sehingga nasabah sudah dikatakan layak untuk memperoleh kredit, fungsi jaminan kredit hanyalah untuk berjaga-jaga. Oleh karena itu, dalam pemberian kreditnya bank harus memerhatikan prinsip-prinsip pemberian kredit yang benar.

Prinsip pemberian kredit dengan analisis dengan 5C kredit dapat dijelaskan sebagai berikut.

##### a. Character

Pengertian *character* adalah sifat atau watak seseorang dalam hal ini calon debitur. Tujuannya adalah memberikan keyakinan kepada bank bahwa sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan kredit benar-benar dapat dipercaya. Keyakinan ini tercermin dari latarbelakang si nasabah, baik yang bersifat latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi seperti : cara hidup atau gaya hidup yang dianutnya, keadaan keluarga hobi, dan sosial standingnya. *Character* merupakan ukuran untuk menilai “kemauan” nasabah membayar

kreditnya. Orang yang memiliki karakter baik akan berusaha untuk membayar kreditnya dengan berbagai cara.

b. *Capacity (capability)*

Untuk melihat kemampuan calon nasabah dalam membayar kredit yang dihubungkan dengan kemampuannya mengelola bisnis serta kemampuannya mencari laba. Sehingga pada akhirnya terlihat kemampuannya dalam mengembalikan kredit yang disalurkan. Semakin banyak sumber pendapatan seseorang, semakin besar kemampuannya untuk membayar kredit.

c. *Capital*

Biasanya bank tidak akan bersedia untuk membiayai suatu usaha 100%, artinya setiap nasabah yang mengajukan permohonan kredit harus pula menyediakan dana dari sumber lainnya atau modal sendiri dengan kata lain, *capital* adalah untuk mengetahui sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki nasabah terhadap usaha yang akan dibiayai oleh bank.

d. *Colleteral*

Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun nonfisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah kredit yang diberikan. Jaminan juga harus diteliti keabsahannya, sehingga jika terjadi suatu masalah, jaminan yang dititipkan akan dapat dipergunakan secepat mungkin. Fungsi jaminan adalah sebagai pelindung bank dari risiko kerugian.

e. *Condition*

Dalam menilai kredit hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi sekarang dan untuk dimasa yang akan datang sesuai sektor masing-masing. Dalam kondisi perekonomian yang kurang stabil, sebaiknya pemberian kredit untuk sector tertentu jangan diberikan terlebih dahulu dan kalupun jadi diberikan sebaiknya juga dengan melihat prospek usaha tersebut dimasa yang akan datang.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pada penelitian kualitatif lebih menekankan rumusan bahasa yang bermakna dari pada kuantifikasi dan analisis data. Pengolahan data kualitatif dilakukan dengan cara mentranskrip data ( baik itu hasil wawancara maupun dokumen-dokumen yang terkait penulisan). Kemudian data tersebut diklasifikasi sesuai masalah yang di bahas.<sup>45</sup>

Hal ini menjadi suatu alasan penelitian menggunakan pendekatan *kualitatif deskriptif* yang mana peneliti ingin mengetahui langsung dari pelaku di tempat peneliti. Adapun penelitian *deskriptif* yaitu bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi-kondisi yang sekarang terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian *deskriptif* bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada. Penelitian ini tidak menguji hipotesa atau tidak menggunakan hipotesa, melainkan hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sasuai dengan variabel-variabel yang diteliti.<sup>46</sup>

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi,

---

<sup>45</sup> Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press,2015), 46.

<sup>46</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (jakarta,: PT Bumi Aksara, 2014), 26.

peristiwa, teks, dan sebagainya) dan unit analisis.<sup>47</sup> Dalam penelitian ini yang ditentukan sebagai lokasi penelitian adalah Bank Muamalat Jember. Penulis memilih lokasi penelitian tersebut bukan tanpa alasan, melainkan dengan berbagai pertimbangan mengenai kelebihan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Jember. Bank Muamalat Jember juga memiliki produk-produk unggulan salah satunya yaitu KPR iB Muamalat.

### C. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini pemilihan subyek penelitian menggunakan *teknik purposive*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu apa yang kita teliti, sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek yang diteliti.<sup>48</sup>

Subyek dalam penelitian ini antara lain :

1. Wisnu Satria Bharata, selaku Pimpinan Cabang
2. Marketing bagian KPR :
  - a. Dian Eko Prambudi, selaku Branch Collection
  - b. Finky Firmana, selaku Branch Collection
  - c. Rizky Amalia, selaku Branch Collection

---

<sup>47</sup> Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 46.

<sup>48</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung, Alfabeta, 2016), 301.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu hal yang sangat penting dalam penelitian karena metode ini merupakan strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan.<sup>49</sup>

### 1. Observasi

Dalam metode observasi ini peneliti tidak hanya mengamati objek studi tetapi juga mencatat hal-hal yang terdapat pada objek tersebut. Menurut Creswell, observasi merupakan sebuah penelitian yang didalamnya peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu dilokasi penelitian.<sup>50</sup> Dalam hal ini peneliti bisa mengetahui kondisi riil yang terjadi pada Bank Muamalat Jember serta mendapatkan data mengenai marketing KPR dan informasi sebagai dasar analisis sehingga memberikan data yang akurat. Data yang dimaksud adalah data mengenai marketing KPR di Bank Muamalat Jember.

### 2. Wawancara

Wawancara (*interview*) merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Hal ini haruslah dilakukan secara mendalam agar kita mendapatkan data yang valid dan detail.<sup>51</sup> Peneliti menggunakan wawancara “*tidak terstruktur*”. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak

---

<sup>49</sup> Basrowi Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 93.

<sup>50</sup> Jhon W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 267.

<sup>51</sup> *Ibid.*, 74.

menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Hasil yang diperoleh peneliti antara lain :

Mengenai sejarah berdirinya Bank Muamalat, struktur organisasi, dan penjelasan mengenai marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR.

- a. Mengenai marketing pembiayaan murabahah yang pada produk KPR di Bank Muamalat Jember?
- b. Mengenai pembiayaan murabahah yang diterapkan pada produk KPR di Bank Muamalat Jember?

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, lengger, agenda, dan lain sebagainya.<sup>52</sup>

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik.

Adapun data yang diperoleh dari metode dokumentasi ini adalah :

- a. Foto penelitian
- b. Sejarah berdirinya Bank Muamalat Jember
- c. Visi dan misi Bank Muamalat Jember
- d. Struktur Organisasi Bank Muamalat Jember

<sup>52</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), 202.

e. Produk-produk Bank Muamalat Jember

## E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.<sup>53</sup>

Tahap-tahap analisis data diantaranya :

1. Reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan data mentah yang muncul dari catatan-catatan tulisan dilapangan hal ini dilakukan secara terus-menerus selama penelitian ini berlangsung.
2. Penyajian data, merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan.
3. Verifikasi data, yaitu pembentukan kebenaran suatu teori atau fakta atas data yang di kumpulkan.<sup>54</sup>

## F. Keabsahan Data

Bagian ini memuat bagaimana usaha-usaha yang hendak dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data data temuan di lapangan. Agar diperoleh temuan yang absah, maka perlu di teliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik teknik keabsahan data seperti perpanjangan kehadiran peneliti dilapangan, observasi secara lebih mendalam, triangulasi, (menggunakan beberapa sumber, metode, peneliti, teori), pembahasan oleh

<sup>53</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 280.

<sup>54</sup> Sugiono, *Metode Penelitian dan Pengembangan ( research and development/ R&D)*, 367

teman sejawat, analisis kasus lain, melacak kesesuaian hasil, dan pengecekan anggota (*member check*).<sup>55</sup>

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep kesahihan (Validitas) dan keadan data dalam suatu penelitian. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, peneliti menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan dan perbandingan terhadap data itu. Adapun teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sumber. Triangulasi sumber teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.<sup>56</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi data sumber yaitu teknik pemeriksaan balik terhadap pemeriksaan data yang di peroleh dari data dan dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Hal ini dilakukan dengan cara mengecek dan membandingkan hasil wawancara.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup> Babun Suharto, Dkk, Pedoman Karya Ilmiah, 48

<sup>56</sup> Lexi J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 330

<sup>57</sup> Lexy J. Moeloeng, *metode penelitian Kualitataif*, 330

## G. Tahap-tahap Penelitian

Tahapan-tahapan yang dimaksud dengan peneliti ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahapan-tahapan penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahapan pra lapangan, tahapan pelaksanaan penelitian dan tahapan penyelesaian. Berikut penjelasannya:

### 1. Tahap Pra Lapangan

- a. Menentukan lokasi penelitian yaitu di Bank Muamalat Jember.
- b. Menyusun proposal penelitian .
- c. Mengurus surat izin (jika diberlakukan).

### 2. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Pada tahap ini peneliti mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data. Yaitu kepala marketing, dan marketing bagian KPR di Bank Muamalat Jember.

### 3. Tahap Penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahap yang paling akhir dari sebuah penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun data yang telah dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Kantor Cabang Jember

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Robi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *Multifinance* Syariah (Al-Ijarah Indonesia *Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk bank yaitu Shar-E yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-E Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk

tersebut menjadi prionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi *Mudharabah*. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin di akui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya diseluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapat izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi Bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga di dukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 10.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS).

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebanding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan *awareness* terhadap *image* sebagai Bank syariah Islami, modern dan profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang di akui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia *Finance* (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus maju mewujudkan visi menjadi “ *The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence* ”.<sup>58</sup>

Bank muamalat hadir di Jember di penghujung tahun 2003. Awalnya pertama kali berkantor di Jalan Kartini No. 8 akan tetapi memasuki tahun ke 5, Bank Muamalat Kantor Cabang Jember memutuskan untuk pindah lokasi ke tempat yang lebih strategis dan mudah masyarakat mengetahuinya. Lokasi tersebut adalah di Jalan

---

<sup>58</sup> [www.bankmuamalat.ac.id](http://www.bankmuamalat.ac.id).

Panglima Besar Sudirman No. 35, Jember. Telephone 0331 410433 selama 8 Tahun Bank Muamalat Indonesia (BMI) Jember telah berkembang dari yang semula hanya memiliki 1 kantor cabang dan 13 orang karyawan pada saat berdiri, sekarang telah memiliki 1 kantor cabang, 1 kantor kas dan 3 kantor cabang pembantu serta hampir 100 orang karyawan. Asetpun berkembang pesat, seiring dengan pertumbuhan nasabah yang bertambah dari hari ke hari.<sup>59</sup>

## 2. Letak Geografis Bank Muamalat Kantor Cabang Jember

Penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Jember yang beralamatkan di Jln. Panglima Besar Sudirman No. 35, Kelurahan Jember Lor, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember.

Jika dilihat dari empat sudut arah mata angin lokasinya adalah:

Utara bangunan kosong bekas bengkel, Selatan Pujasera, Barat rumah penduduk, Timur jalan raya. Telephone 0331 410433. Web: [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id).<sup>60</sup>

## 3. Visi dan Misi Bank Muamalat Kantor Cabang Jember

### a. Visi

The best Islamic bank and top 10 bank in Indonesia with strong regional presence.

### b. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan

<sup>59</sup> Rizky Amalia, *wawancara*, Bank Muamalat Jember, 16 Oktober 2019.

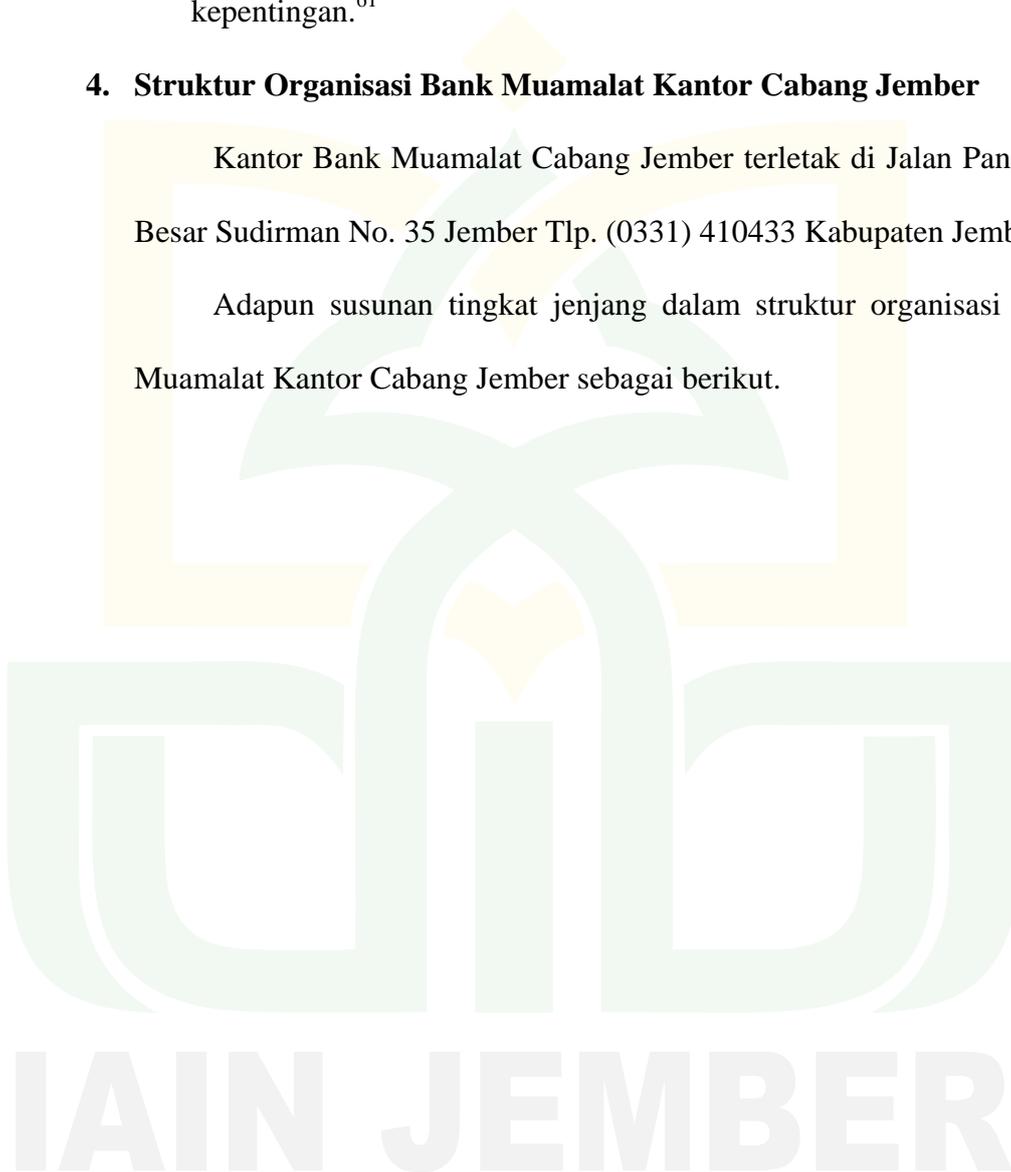
<sup>60</sup> Observasi, Jember, 9 Oktober 2019.

bedasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.<sup>61</sup>

#### **4. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Jember**

Kantor Bank Muamalat Cabang Jember terletak di Jalan Panglima Besar Sudirman No. 35 Jember Tlp. (0331) 410433 Kabupaten Jember.

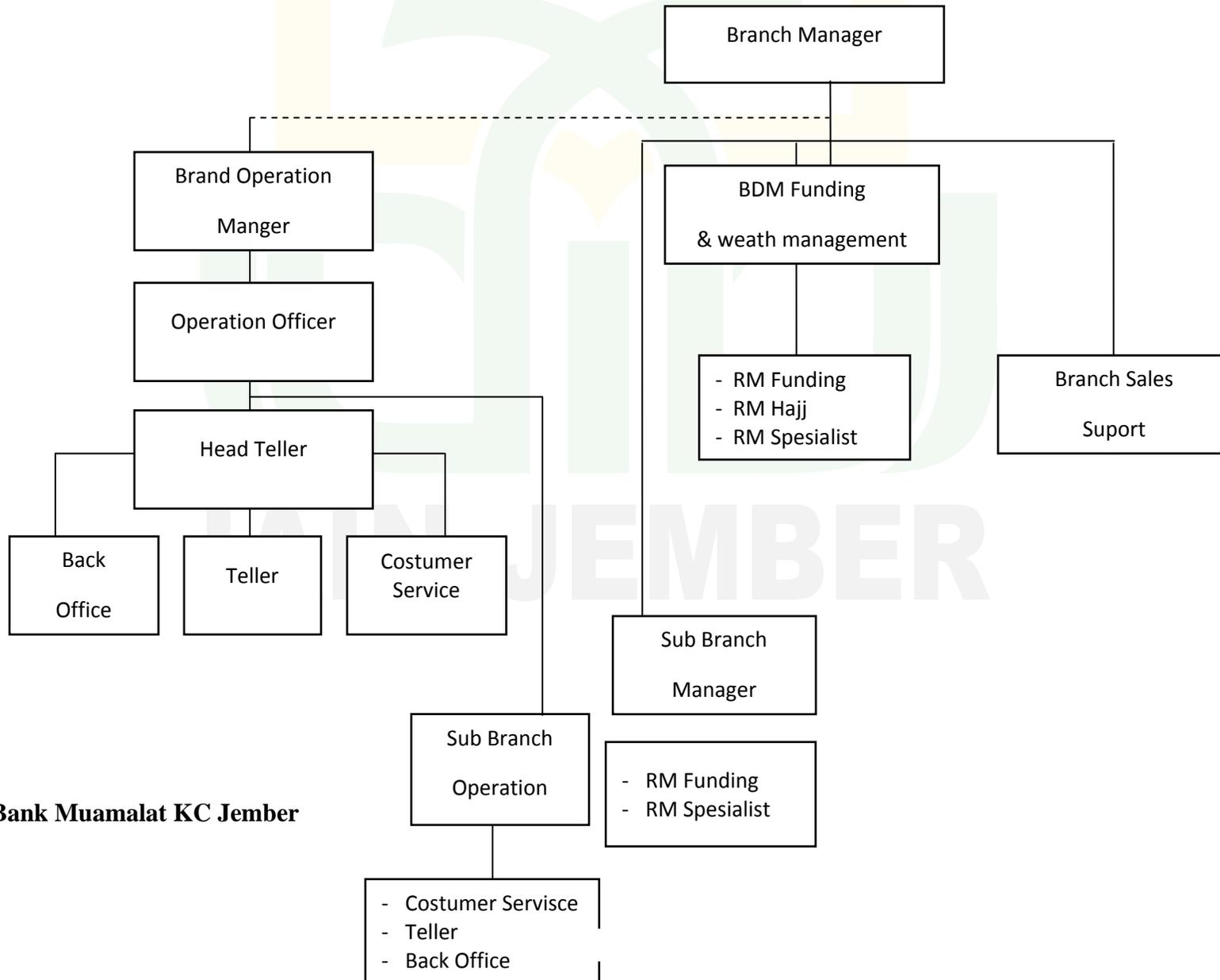
Adapun susunan tingkat jenjang dalam struktur organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Jember sebagai berikut.



---

<sup>61</sup> [www.bankmuamalat.co.id/visi-misi](http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi) di akses pada tanggal 18 Oktober 2019.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Orgnisasi Bank Muamalat KC Jember**



**Sumber: Bank Muamalat KC Jember**

## 5. Job Description

### a) *Branch Manager*

Adalah bertugas memimpin, mengelola, mengembangkan, mengawasi seluruh kegiatan segmen bisnis dan operasional bank serta memastikan pencapaian kinerja seluruh unit bisnis yang berada dibawah kordinasinya secara prudent serta memutuskan pembiayaan sesuai limit kewenangannya.

### b) *Operation manager*

Manajer operasional perusahaan memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memastikan organisasi berjalan sebaik mungkin dalam memberikan pelayanan dan memenuhi harapan para nasabah dan klien dengan cara yang efektif dan efisien.

### c) *Sub Branch Manager*

Merupakan pimpinan kantor cabang pembantu yang memiliki tugas untuk mencerdaskan, mengkoordinir, dan melakukan pengawasan terhadap semua kegiatan cabang pembantu yang meliputi kegiatan operasional, pembiayaan, pendanaan, serta bekerja sesuai anggaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

### d) *Sub Branch Operation supervisor*

Untuk mengatur serta mengawasi jalannya kegiatan di kantor cabang pembantu. Tanggung jawab nya yaitu mengawasi operasional bank berjalan lancar, aman terkendali, sesuai peraturan yang berlaku.

e) *Branch sales suport*

Tugasnya adalah membantu para marketing dan sales serta berkoordinasi dengan customer dan operasional lainnya. Contohnya adalah membuat penawaran, menyiapkan brosur, menerima telephone dan email mengenai permintaan barang. Mengkoordinasikan penjualan dengan keuangan dan pengiriman.

f) *BDM Funding dan Wealth Management*

Melakukan riset, survei dan pengembangan produk. Melakukan review produk dan fitur produk. Merumuskan tarif layanan produk.

g) *Operation Officer*

Memastikan aktifitas operasional branch officer terkelola sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mendukung target branch officer.

h) *RM Funding*

Mengidentifikasi target market, membina hubungan baik terhadap nasabah, memberikan pelayan konsultasi terhadap kebutuhan nasabah baik investasi dana maupun pembiayaan.

i) *RM Hajj atau RM Specialist*

*RM Hajj* atau *RM Specialist* bertugas untuk mencari nasabah yang melakukan pendaftaran haji ataupun pelunasan haji, dikatakan *RM Specialist* karena khusus untuk mencari nasabah tabungan haji.

j) *Customer service*

Adalah bertugas melaksanakan kegiatan operasional dan pelayanan nasabah sesuai dengan ketentuan bank dan standar pelayanan.

k) *Teller*

Yaitu bertugas melayani transaksi tunai maupun non tunai, surat-surat berharga dan kegiatan kas lainnya sesuai standar layanan perbankan.

l) *Back Officer*

Melanjutkan *follow up* atas transaksi bank, membuat voucher transaksi (debit/kredit), membuat laporan data transaksi analisa kredit, *accounting*, *controlling*, IT sistem, dan berhubungan dengan administrasi catat mencatat.

## 6. Ruang Lingkup Kegiatan Usaha Bank Muamalat Kantor Cabang

### Jember

#### a. Prinsip, Dasar, Fungsi dan Tujuan

Prinsip utama yang diikuti oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Jember mengikuti prinsip Bank Muamalat Pusat yaitu:

- 1) Larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi.
- 2) Melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan perolehan pendapatan dan keuntungan yang sah (*revenue sharing* atau *profit sharing*).

- 3) Memberikan zakat sebagai salah satu instrumen dalam perhitungan pembagian keuntungan dan laporan keuangan.

Adapun fungsi dan tujuan berdirinya Bank Muamalat Kantor Cabang Jember yaitu:

- 1) Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia khususnya Kabupaten Jember dan sekitarnya, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan Nasional, antara lain melalui:
  - a) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha.
  - b) Meningkatkan kesempatan kerja.
  - c) Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak.
- 2) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bunga bank itu riba.
- 3) Mengembangkan lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga perbankan ke daerah-daerah terpencil.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup> [www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-corporate](http://www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-corporate), diakses pada tanggal 17 Oktober 2019.

4) Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

b. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Jember dalam melaksanakan kegiatan usahanya memiliki beberapa produk, antara lain:

1) Produk Dana

a) Deposito

(1) Deposito iB Hijrah merupakan deposito syariah dalam mata uang rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi anda.

b) Tabungan

(1) Tabungan iB Hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan karti *Shar-E* Debit yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di *merchant* lokal dan luar negeri.

(2) Tabungan iB Hijrah Haji merupakan salah satu tabungan yang pertama kali di Indonesia di buka oleh Bank Muamalat, Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH), yang terdaftar di SISKOHAT Kementerian Agama Republik Indonesia.

- (3) Tabungan iB Hijrah Valas adalah tabungan syariah dalam denominasi valuta asing US Dollar (USD) dan Singapore Dollar (SGD) yang ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD.<sup>63</sup>
- (4) Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan.
- (5) Tabungan iB Hijrah Rencana adalah tabungan dengan solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan lebih baik sesuai prinsip syariah.
- (6) Tabungan iB Hijrah Prima adalah tabuhan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan. Tabungan iB Muamalat Prima dilengkapi dengan fasilitas Shar-E Debit Gold yang dapat digunakan di seluruh jaringan visa.
- (7) Tabungan iB Sempel merupakan tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

---

<sup>63</sup> Ibid, 17 Oktober 2019.

c) Giro

(1) Giro iB Hijrah Attijary adalah produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah non-perorangan yang didukung oleh fasilitas *Cash Management*.

(2) Giro iB Hijrah Ultima adalah produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah non-perorangan yang didukung oleh fasilitas *Cash Management*.<sup>64</sup>

2) Produk Kartu Shar-E Debit

a) Kartu Shar-E Debit Gold adalah kartu debit yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi di ATM dan di toko merchant dalam dan luar negeri.

b) Kartu Shar-E Debit Reguler GPN merupakan kartu debit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di ATM Bank Muamalat, ATM Prima dan ATM Bersama serta di toko/merchant di dalam negeri.

c) Kartu Shar-E Debit Classic adalah kartu debit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam dan luar negeri. Nikmati kemudahan transaksi dan belanja di seluruh ATM

---

<sup>64</sup> Ibid, 17 Oktober 2019.

Bank Muamalat, ATM Prima dan ATM Bersama serta ATM *merchant* yang berlogo visa dan plus untuk transaksi di luar negeri.

d) Kartu Shar-E Debit IHRAM adalah kartu debit yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi di dalam dan luar negeri dengan program khusus untuk transaksi di Arab Saudi.

e) Kartu Shar-E Debit Prioritas adalah kartu debit khusus nasabah prioritas yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi di dalam dan luar negeri.

### 3) Produk Pembiayaan

a) KPR iB Muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu anda untuk memiliki rumah tinggal, rumah susun, apartemen dan condotel termasuk renovasi dan pembangunan serta pengalihan (take-over) KPR dari bank lain dengan dua pilihan akad yaitu akad *murabahah* (jual beli) dan *musyarakah mutanaqishah* (kerja sama sewa).

b) Pembiayaan iB Muamalat Pensiun merupakan produk pembiayaan yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan di hari tua dengan sederet keuntungan dan memenuhi prinsip syariah yang menenangkan. Produk ini memfasilitasi pensiunan untuk kepemilikan dan renovasi rumah tinggal, pembelian kendaraan, biaya pendidikan anak, biaya pernikahan anak dan umroh. Termasuk take-

over pembiayaan pensiun dari bank lain. Dengan dua pilihan akad yaitu *murabahah* (jual beli) atau *ijarah multijasa*.

- c) Pembiayaan iB Muamalat Multiguna merupakan produk pembiayaan yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan barang jasa komsumtif seperti bahan bangunan untuk renovasi rumah, kepemilikan sepeda motor, biaya pendidikan, biaya pernikahan, dan perlengkapan rumah. Ada dua pilihan akad yaitu *murabahah* (jual beli) atau *ijarah multijasa* (sewa jasa).<sup>65</sup>

## 7. Hari dan Jam Operasional Bank Muamalat Kantor Cabang Jember

Adapun jam operasional atau pelayanan untuk nasabah/debitur di Bank Muamalat KC Jember adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Jam Operasional atau pelayanan untuk nasabah/debitur.<sup>66</sup>**

<b>Hari</b>	<b>Waktu dan Keterangan</b>
Senin s/d Jumat (kecuali tanggal merah)	Pelayanan nasabah di mulai pada pukul 08.00-15.30 WIB. Sedangkan jam istirahat hari Senin-Kamis dimulai pada pukul 12.00-13.00 dan jamaah sholat ashar pukul 14.45, sedangkan istirahat hari jumat 11.30-13.00 WIB.

<sup>65</sup> Wawancara, observasi, dokumentasi, 17 Oktober 2019.

<sup>66</sup>Rizky Amalia, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember , 16 Oktober 2019.

## **B. Penyajian Data dan Analisis**

Proses lanjutan dari skripsi ini adalah menyajikan hasil data yang diperoleh selama penelitian. Setelah melakukan proses pengumpulan data di lapangan, data-data yang merupakan hasil dari penelitian yang telah disesuaikan dengan rumusan masalah, kemudian dikemukakan secara rinci sesuai dengan bukti yang telah diperoleh selama penelitian sebagai mana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi sebagai alat untuk mendukung penelitian ini, secara berurutan akan disajikan hasil penelitian yang mengacu pada fokus masalah sebagai berikut :

### **1. Bagaimana pembiayaan murabahah yang diterapkan pada produk KPR di Bank Muamalat Jember**

#### **a. Penerapan Akad Murabahah**

Penerapan akad Murabahah adalah jual beli yang dilakukan seseorang dengan harga awal ditambah dengan keuntungan, dimana penjual menyampaikan harga beli kepada pembeli ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Akad murabahah adalah akad yang paling sering digunakan dalam produk pembiayaan, karena penerapannya yang sederhana.

Ibu Rizky Amalia pada tanggal 16 Oktober 2019 di Bank Muamalat Jember :

“Akad murabahah akad jual beli akad itu tidak hanya diterapkan pada skema KPR, skema multiguna untuk pembelian mobil, untuk renovasi rumah itu biasanya menggunakan akad murabahah ini. Penerapan akadnya

bagaimana? Misalkan nasabah berkeinginan membeli rumah dengan harga Rp. 100.000.000,- karna tidak mempunyai uang nasabah ke Bank Muamalat, “bapak saya ingin mengajukan KPR untuk pembelian rumah dengan harga Rp. 100.000.000,- karena nasabah tidak punya uang, nasabah mengajukan KPR disini, selanjutnya Bank pasti menanyakan belinya dimana? Lokasinya dimana? Harganya berapa? Rumahnya seperti apa? Itu kita minta datanya, kita lakukan survey ke lokasi. Skema akadnya nanti seperti ini pertama rumah itu dibeli sama bank, misalkan harganya Rp. 100.000.000,- dibeli lah Rp. 100.000.000,- sama bank, kemudian nanti bank dijual ke nasabah tapi kita menjualnya bukan Rp. 100.000.000,- kita mengambil keuntungan misal Rp. 30.000.000,- , kita jual Rp. 130.000.000,- ke nasabah. Karena nasabah tidak punya uang maka nasabah boleh menyicilnya, berapa kemampuan cicilannya perbulan, misalnya selama 15 tahun, nyicil perbulannya kalau Rp. 130.000.000,- 15 tahun Rp.1.500.000,- sampai 15 tahun, akadnya seperti itu, jadi KPR di Bank Syariah itu bukan pinjam uang tapi jual beli barang bedanya itu.”<sup>67</sup>

Bapak Finky Firmana pada tanggal 23 Oktober 2019 di Bank

Muamalat Jember :

“Perbedanya bank konvensional itu yang di transaksikan adalah uang, jadi misalkan nasabah mau beli rumah maka yang ditransaksikan itu bukan rumahnya tapi uangnya, bank memberikan uang ke nasabah kemudian nasabah menggunakan uang itu untuk beli rumah, atau mobil, itu terserah nasabah yang penting bank memberi uang mau dipakai uang ini buat membeli apa terserah nasabahnya, yang penting nasabah ngembalikan uang Rp. 130.000.000,- jadi terserah nasabahnya uangnya mau dipakek buat beli apa. Tapi kalau di bank syariah tidak, kalau dibank syariah yang ditransaksikan itu barang jadi, nasabah tidak diberikan pinjaman uang, makanya kalau dibank syariah itu pasti ditanya, diawal itu tujuan pengajuan pembiayaan untuk apa? Untuk beli rumah, untuk modal kerja, untuk beli mobil itu harus jelas. Kalau di bank konvensional itu tidak ditanya seperti itu yang penting mau pinjam uang Rp. 100.000.000,- saya mau nyicil selama 15 tahun ya sudah dikasihkan uangnya

<sup>67</sup> Rizky Amalia, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 16 Oktober 2019.

terserah mau dipakai apa uang itu. Tapi kalo di Bank Syariah harus jelas”.<sup>68</sup>

Jadi bisa dipahami dari hasil wawancara diatas bahwa penerapan akad murabahah pada bank Muamalat Jember ialah bank mencarikan KPR dengan biaya yang telah ditentukan.

#### b. Prosedur Pembiayaan Akad Murabahah

Bank Muamalat Jember dalam operasional pembiayaan murabahah menggunakan prinsip kehati-hatian kepada masing-masing calon nasabah pembiayaan. Alur proses pembiayaan murabahah petugas Account Officer awal yang melakukan prospek, dilanjutkan Financing Support melakukan pemeriksaan terhadap hasil yang diberikan oleh Account Officer, selanjutnya melakukan kunjungan ke nasabah untuk melakukan pengecekan karakter dan usaha nasabah dari hasil Account Officer dan Financing Support. Petugas Account Officer memberi rekomendasi dari sisi resiko. Setelah semua lolos persyaratan dilanjutkan ke MM dan PINCAPEM untuk memberikan putusan pembiayaan dengan persetujuan PINCA. Tahap terakhir proses pencairan pembiayaan oleh Account Officer dan memonitoring nasabah dalam melakukan angsuran hingga pelunasan.

Bapak Finky Firmana pada tanggal 23 Oktober 2019 di Bank Muamalat Jember :

“Prosedur yang pertama kalau mengajukan pembiayaan pasti nasabah mengajukan ke bank, nasabah datang ke bank dia mengajukan datanya atau melengkapi data-datanya mulai dari

<sup>68</sup> Finky Firmana, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 23 Oktober 2019.

identitas diri, KTP, surat nikah, KK, sertifikat jaminan rumahnya, dll. Kemudian setelah itu kita survey rumah yang mau dibeli, kita survey ke lokasi sama yang jual itu ditawarkan harga berapa? Itu kita survey, setelah itu, kita mensurvey nasabahnya, pekerjaannya apa? Profilnya dia apa? Gajinya berapa? Usahanya apa? Pendapatannya berapa? Kalau dari segi pendapatan nanti dia masuk untuk angsurannya baru kita proses atau acc, kalau tidak masuk ya kita tolak. Misalkan dia sudah banyak pinjaman di Bank lain gajinya 5 juta ternyata setelah kita cek BI Checking, setelah kita cek di BI Checking angsurannya banyak bersebaran di Bank lain, angsurannya misalkan sampai 4jt jadi yang tersisa hanya 1jt, bagaimana mungkin bank memberikan pinjaman, malah nunggak nantinya”.<sup>69</sup>

Ibu Rizky Amalia pada tanggal 16 Oktober 2019 di Bank

Muamalat Jember :

“Melanjutkan dari wawancara diatas misalkan cash ratio nya masih masuk kita acc kita cairkan. Kita lanjut ke proses jual beli rumah itu tadi, kalau misalkan dari analisa itu tidak masuk ya kita tolak. Kemudian setelah di acc baru nanti di akadnya, akad jual beli ke notaris bareng-bareng si penjual kemudian si pembeli atau nasabahnya ini kemudian pihak bank hadir bersama di notaris untuk melakukan transaksi jual beli, antara pihak penjual dengan bank kemudian bank dengan pihak nasabahnya. Dari skema KPR itu pencairannya langsung kita bayarkan ke pihak penjual, jadi hanya lewat aja direkeningnya nasabah itu, selanjutnya kita cairkan ke rekening nasabah, kemudian dari rekening nasabah nanti langsung di transfer ke rekening penjual untuk pembayaran. Jadi dana itu tidak dipakai macam-macam sama pihak nasabahnya benar-benar dipakai untuk pembayaran rumah”.<sup>70</sup>

Dari pemaparan hasil wawancara yang dijelaskan oleh beberapa narasumber di atas, dapat dipahami bahwa prosedur pembiayaan murabahah pada KPR umumnya sama dengan pembiayaan yang lain, hanya saja pembiayaan murabahah pada

<sup>69</sup> Finky Firmana, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 23 Oktober 2019.

<sup>70</sup> Rizky Amalia, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 16 Oktober 2019.

produk KPR ini objek yang akan di ajukan, nasabah sendiri yang akan memilihnya, baik itu dari segi alamat rumah dan model rumah yang akan di tempati. Setelah itu nasabah melakukan pengajuan ke Bank, disana bank akan mengkroscek kembali pengajuan nasabah untuk memastikan kelakayan pembiayaan yang akan diberikan. Setelah semuanya disepakati oleh semua pihak termasuk harga pembelian kepada *developer* , kemudian nasabah diminta untuk melengkapi dokumen-dokumen pembiayaan murabahah pada produk KPR untuk melakukan proses pencairan.

c. Pengajuan Pembiayaan

Dengan adanya pembahasan yang lain terkait hal-hal yang akan dianalisa sebelum pembiayaan diberikan. Setiap pembiayaan yang dilakukan oleh bank kepada nasabahnya, melengkapi dokumen-dokumen merupakan hal wajib bagi nasabah untuk diketahui identitasnya oleh bank, salah satunya data pribadi nasabah.

Ibu Rizky Amalia pada tanggal 16 Oktober 2019 di Bank Muamalat Jember :

“Syarat yang pertama dokumennya harus lengkap, seperti KTP, surat nikah, KK, sertifikat. Kemudian yang kedua analisa pendapatannya mencukupi, kemudian yang ketiga itu jaminan nilai rumah yang mau dibeli mencukupi atas platform yang diajukan”.<sup>71</sup>

Dari pemaparan hasil wawancara yang dijelaskan oleh narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa prosedur pengajuan

---

<sup>71</sup> Rizky Amalia, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 16 Oktober 2019.

pembiayaan produk murabahah yang ada pada Bank Muamalat yakni ada tiga prosedur yang pertama adalah kelengkapan dokumen, yang kedua analisa pendapatan nasabah yang mencukupi, dan yang ketiga jaminan nilai rumah yang akan dibeli mencukupi atas platform yang diajukan.

d. Aspek penilaian pemberian pembiayaan akad murabahah

Analisis pembiayaan atau penilaian yang dilakukan oleh *account officer* dari suatu lembaga keuangan yang level jabatannya sebagai level seksi atau bagian atau bahkan *committee* (tim) yang tugasnya untuk menganalisis permohonan pembiayaan.

Analisis pembiayaan dilakukan dengan tujuan pembiayaan yang diberikan mencapai sasaran dan aman. Artinya pembiayaan tersebut harus diterima pengembaliannya secara tertib, teratur, dan tepat waktu, sesuai dengan perjanjian antara bank dan *customer* sebagai penerima dan pemakai pembiayaan.

Ibu Rizky Amalia pada tanggal 16 Oktober 2019 di Bank Muamalat Jember :

“Pendapatan harus masuk, kemudian BI Checking, itu raportnya nasabah diperbankan, kalau nasabah sudah pernah punya pinjaman dibank lain dibank manapun sekalipun itu pinjam panci yang kecil-kecil itu masuk di namanya BI Checking, disitu terekam semua pembayaran nasabah apakah dia pernah nunggak pinjamannya berapa? Kalau nunggak itu sampai berapa bulan, terus sudah lunas atau belum itu semuanya terekam, kalau nasabah pernah menunggak misalkan pernah nunggak di BRI kemudian disana pernah nunggak sampai sekian bulan maka bisa jadi pembiayaan yang diajukan di kita akan ditolak, karena kalau kita lihat dari BI Checking ini berarti karakter nasabahi ni kurang bagus, dia sering

menunggak sering terlambat dalam membayar angsuran dll, akan beresiko bagi bank Muamalat”.<sup>72</sup>

Bapak Finky Firmana pada tanggal 23 Oktober 2019 di Bank

Muamalat Jember :

“Pendapatannya itu tadi, BI Checking sudah masuk kita analisa dari pendapatannya ternyata setelah kita analisa pendapatannya tidak masuk, pendapatan angsuran dibank lain sudah terlalu besar atau mungkin nasabah gajinya 3jt kemudian nasabah mau membeli rumah harganya 1 milyar angsurannya 5 juta atau 10 jt kan nihil mustahil . jadi analisa pendapatan analisa jaminan itu semuanya juga harus masuk, kemudian analisa jaminan itu banyak presel atau taksasi jadi misalkan nasabah membeli rumah pasti kita tanya ibuk mau mengajukan berapa dikita? Misalkan harga rumahnya 200jt pak, oke nanti kita survey kita survey kelokasi, apakah benar harga rumah ini wajar diangka 200jt , misalkan rumahnya jelek namanya orang jualkan pasti nawarkan harga tinggikan. Pada saat kita survey ke lokasi misalkan rumahnya jelek tidak terawat, ditawarkannya mahal misalkan, ternyata setelah kita survey nilai rumahnya cuman 90jt, berarti 90 jt yang bisa diajukan kepada nasabah, kalau nasabah mau mengajukan 200jt, ya 110jtnya dibayar cash, yang bisa kita biayai 90jt”.<sup>73</sup>

Dari pemaparan hasil wawancara yang dijelaskan oleh beberapa narasumber diatas adalah aspek penilaian pemberian pembiayaan akad murabahah pada bank muamalat yaitu pendapatan nasabah yang masuk pada *BI Checking*, calon nasabah akan dilihat report pada Bank lain. Jika pada bank lain nasabah juga mempunyai tunggakan maka pengajuan ditolak. Artinya *BI Checking* untuk menganalisis karakteristik nasabah yang akan mengajukan pembiayaan pada Bank Muamalat.

<sup>72</sup> Rizky Amalia, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 16 Oktober 2019.

<sup>73</sup> Finky Firmana, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 23 Oktober 2019.

e. Uji kelayakan nasabah

Uji kelayakan nasabah adalah penyelidikan yang baik atau pantas dalam menyediakan dana yang diberikan kepada suatu pihak kepada pihak lain dengan keuntungan (margin) yang telah disepakati dan diketahui oleh kedua belah pihak.

Bapak Finky Firmana pada tanggal 23 Oktober 2019 di Bank

Muamalat Jember :

“Pertama di BI Checking kita liat karakternya, kita analisa pendapatannya, kita interview juga disini, kira-kira nasabahnya bohong tidak, dia datanya lengkap, setelah kita tanyakan kan kalau interview orang agak repot untuk berbohong kan? Kalo bohong pasti ketahuan, jadi kita tanya waktu interview orang ini bohong apa enggak ya? Cek datanya benar tidak omongannya ya sesuai benar tidaknya data, habis itu datanya kerjanya di PT. XX misalka, gajinya segini, kita tanyak profile pekerjaannya dia itu seperti apa, kalau dia bisa menjawab berarti dia benar, terkadang ada nasabah itu dia bilangnya kerja di perusahaan ini pak gajinya ini, kita tanya ibuk profile pekerjaannya seperti apa dikantor? Tugasnya apa aja? Kantornya dimana? Mulai kapan bekerjanya, kalau orang bohong pasti ketahuan disitu, mereka kurang bisa jawab profilnya gimana, molai kapan itu kan dikroschek sama buku tabungan, gajinya mulai kapan ketahuan gitu”.

Dari pemaparan hasil wawancara yang dijelaskan oleh narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa uji kelayakan nasabah bank akan melihat dan menganalisa nasabah melalui *BI Checking* lalu nasabah juga akan di interview untuk mengetahui kebenaran identitas nasabah seperti tempat kerja alamat kerja, dan sebagainya.

## 2. Bagaimana Analisis Marketing Pembiayaan Murabahah pada Produk KPR di Bank Muamalat Jember

Pembiayaan pemilikan rumah dengan akad *murabahah* merupakan salah satu produk Bank Muamalat Jember dengan tujuan membantu masyarakat yang memiliki dana lebih ataupun kurang untuk memiliki rumah sebagai tempat tinggal dengan model rumah sesuai dengan keinginan masyarakat/nasabah sendiri.

### a. Tujuan Pemasaran

Sebagaimana ungkapan dari Bapak Dian Eko Prambudi mengenai analisis marketing pembiayaan *murabahah* pada produk KPR di Bank Muamalat Jember pada tanggal 09 Oktober 2019 di Bank Muamalat Jember adalah :

“Tujuan pemasaran bank untuk mencari nasabah pastinya dan untuk mendapatkan nasabah pembiayaan, kalau untuk pembiayaan murabahahnya. Pembiayaan KPR di Bank Muamalat Jember ada 2, yaitu : 1. Murabahah jual beli yang mana angsurannya sudah ditetapkan dari awal sampai dengan akhir tidak ada perubahan, 2. Musyarakah sewa menyewa yang mana nominal angsuran atau nominal sewanya itu bisa berubah sewaktu-waktu. Perbedaannya kalau murabahah itu secara angsuran dia lebih mahal dari pada musyarakah”.<sup>74</sup>

Bapak Finky Firmana pada tanggal 23 Oktober 2019 di Bank Muamalat Jember juga menuturkan :

“Tujuan pemasaran dengan pembiayaan murabahah kita biasanya memasarkan atau mempromosikan ke nasabah. Misalkan nasabah pakai akad skema Murabahah nanti nasabah angsurannya tidak ada perubahan mulai dari awal sampai akhir, jadi nasabah bisa mengukur kemampuan kalau misalkan angsurannya Rp. 1.000.000,- maka nasabah bisa mengukur

<sup>74</sup> Dian Eko Prambudi, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 09 Oktober 2019.

sampai lunas besok juga tetap Rp. 1.000.000,- angsurannya. Tapi kalau dengan skema Musyarakah karena itu akadnya sewa menyewa yang di akhiri dengan kepemilikan angsurannya memang lebih murah bisa jadi di awal angsurannya Rp. 700.000,- tapi sewaktu-waktu bisa berubah atau bisa dinaikkan, namanya harga sewa tiap tahun bisa di naikkan. Tapi kalau Murabahah itu sudah disepakati diawal, sedangkan Musyarakah tidak disepakati diawal.”<sup>75</sup>

Jadi bisa dipahami dari hasil wawancara di atas bahwa tujuan pemasaran yang ada di Bank Muamalat, yaitu untuk mencari nasabah dan untuk mendapatkan nasabah baru. Perbedaannya kalau murabahah itu secara angsuran dia lebih mahal dari pada musyarakah. Tujuan pemasaran dengan pembiayaan murabahah kita biasanya memasarkan atau mempromosikan ke nasabah. Jika nasabah memakai akad skema Murabahah nanti nasabah angsurannya tidak ada perubahan mulai dari awal sampai akhir. Tapi jika nasabah menggunakan akad skema Musyarakah karena memakai akad sewa-menyewa sewaktu-waktu bisa berubah-ubah, bisa jadi tiap tahun harga sewa di naikkan.

#### b. Strategi Pemasaran Aspek Segmenting

Segmentasi adalah upaya mengelompokkan konsumen berdasarkan kebutuhan. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi sekelompok konsumen yang memiliki kebutuhan yang dapat dipenuhi dengan produk tunggal tertentu, sehingga perusahaan dapat menerapkan upaya pemasaran secara lebih efektif dan ekonomis.

Bapak Dian Eko Prambudi 09 Oktober 2019 di Bank Muamalat

Jember:

<sup>75</sup> Fingky Firmana, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 23 Oktober 2019.

“Strategi pemasarannya yang pertama kita yang pasti dengan brosur, secara online dan dimedia cetak . Kemudian yang kedua dari marketingnya mereka biasanya menawarkan kenasabah yang sudah menjadi nasabah tabungan di kita. Misalkan nasabah mempunyai tabungan disini biasanya nanti kami ditelfon untuk kami tawarkan produk KPR. Contohnya ibu kita ada produk KPR kalau misalkan ibu butuh rumah butuh mobil nanti bisa mengajukan dikita dengan skema akad Murabahah dan akad Musyarakah”.<sup>76</sup>

Ibu Rizky Amalia pada tanggal 16 Oktober 2019 di Bank

Muamalat Jember:

“Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank adalah kita door to door ke kantor, ke instansi pemerintahan kemudian ke kantor perumahan, seperti perumahan baru argopuro. Kita datangi kesana kita tawarkan, bapak kalau nanti ada nasabah yang mau beli rumah bisa diarahkan ke kita untuk KPR nya, itu salah satu strateginya”.<sup>77</sup>

Bapak Finky Firmana pada tanggal 23 Oktober 2019 di Bank

Muamalat Jember:

“Yang banyak dilakukan oleh marketing KPR langsung door to door ke kantor pemasaran perumahan, karena kalau door to door ke tiap-tiap rumah tidak memungkinkan, karena tidak semua orang membutuhkan KPR, jadi disini marketing KPR langsung menuju ke sekolah atau ke kantor pemerintahan seperti pemkab kita langsung ke sana kita datang ke bagian pegawaiannya, kalau misalkan ada rapat kita minta waktunya untuk sosialisasi produk KPR dari Bank Muamalat”.<sup>78</sup>

Bisa dipahami dari hasil wawancara di atas bahwa dalam melakukan strategi pemasaran kita harus mengelompokkan nasabah yang akan menjadi sasaran Bank untuk jadi nasabah KPR. Tujuannya untuk membeli atau menggunakan produk yang akan ditawarkan oleh

<sup>76</sup> Dian Eko Prambudi, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 09 Oktober 2019.

<sup>77</sup> Rizky Amalia, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 16 Oktober 2019.

<sup>78</sup> Finky Firmana, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 23 Oktober 2019.

Bank. Yang menjadi sasaran Bank Muamalat disini adalah instansi pemerintahan, kantor perumahan, dan door to door ke kantor-kantor. Melihat dari tujuan strategi pemasaran akad murabahah pada produk KPR yaitu untuk membantu atau mempermudah nasabah yang ingin melakukan pembiayaan akad murabahah pada produk KPR.

### c. Target Pasar

Setelah membuat tujuan pemasaran dan telah menentukan strategi pemasaran aspek segmenting, maka langkah selanjutnya yang perlu untuk ditempuh adalah untuk melakukan penentuan target pasar. Target pasar adalah suatu kelompok konsumen yang menjadi sasaran pendektan perusahaan untuk membeli produk yang dijual. Lebih singkatnya, target pasar adalah kelompok yang akan dilayani sebagai konsumen. Target pasar biasanya mempunyai rentan umur, sifat dan karakter yang hampir sama.

Bapak Dian Eko Prambudi pada tanggal 09 Oktober 2019 di Bank Muamalat Jember:

“Tujuan pemasaran biasanya kita langsung menuju pada instansi atau kantor yang kira-kira disitu orangnya minimal ada yang butuh membeli rumah, ada yang butuh untuk beli mobil, untuk modal kerja, jadi kita langsung menuju ke kantor-kantor atau ke instansi pemkab.

Ibu Rizky Amalia pada tanggal 16 Oktober 2019 di Bank Muamalat Jember :

“Dalam melakukan target pasar kita datang ke kantor perumahan atau kantor developer, karena nasabah jika ingin mencari rumah baru, mereka datang ke kantor developer atau ke kantor perumahan, maka merketing perumahan akan

menawarkan pembayaran melalui cash atau kredit. Jika melalui kredit, maka akan di tawarkan beberapa bank syariah salah satunya bank muamalat dan beberapa bank konvensional. Jika nasabah ingin memakai jasa kredit KPR pada bank muamalat, maka nasabah tersebut langsung ditujukan pada bank muamalat”.<sup>79</sup>

Dari hasil wawancara di atas bahwa dalam strategi penetapan target pasar juga merupakan strategi yang sangat penting dalam memasuki pasar baik tahap pengenalan maupun tahap matang. Target pasar kita datang ke kantor perumahan atau kantor developer, maka yang menawarkan langsung produk KPR kami adalah marketing perumahan. Marketing akan menawarkan pembayaran melalui cash atau kredit. Jika melalui kredit, maka akan di tawarkan beberapa bank syariah salah satunya bank muamalat dan beberapa bank konvensional.

#### d. Posisi Pasar

Posisi pasar adalah segala upaya untuk mendesain produk serta merek agar dapat menempati sebuah posisi yang unik dibenak konsumen. Dengan kata lain posisi pasar adalah kegiatan merancang produk dan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) agar dapat menciptakan kesan tertentu diingatan ataupun dibenak konsumen.

Bapak Finky Firmana pada tanggal 23 Oktober 2019 di Bank Muamalat Jember :

“Untuk menentukan posisi pasar kita langsung menuju ke target merketnya, jadi kita tidak melakukan door to door karena untuk efisiensi waktu, efisiensi tenaga juga, kita langsung door to door ke instansi pemerintahan”.<sup>80</sup>

<sup>79</sup> Rizky Amalia, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 16 Oktober 2019.

<sup>80</sup> Finky Firmana, *Wawancara*, Bank Muamalat Jember, 23 Oktober 2019.

Jadi bisa dipahami dari hasil wawancara diatas bahwa posisi pasar sangat penting di dalam sebuah perusahaan. Maka dari itu posisi pasar juga membutuhkan persiapan yang panjang alasannya yaitu penempatan produk pada pasar bukanlah sekedar kesepakatan atau slogan semata.

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan dengan judul penelitian Analisis Marketing Pembiayaan Murabahah pada Produk KPR di Bank Muamalat Jember perlu kiranya diadakan pembahasan temuan. Yang mana hasil dari pada analisis data akan dikaji dengan teori yang ada untuk mengetahui keterkaitan keduanya guna dalam menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini.

Pembahasan temuan akan disusun berdasarkan rumusan masalah seperti pemaparan dalam penyajian data dan analisis.

#### **1. Bagaimana pembiayaan murabahah yang diterapkan pada produk KPR di Bank Muamalat Jember?**

Dalam penelitian di Bank Muamalat Jember juga di katakan bahwa akad murabahah pada bank Muamalat Jember ialah bank mencarikan KPR dengan biaya yang telah ditentukan. Sesuai dengan teori di bukunya Muhammad Fitur dan Mekanisme<sup>81</sup> Bank bertindak sebagai pihak penyedia dana dalam kegiatan transaksi *Murabahah* dengan nasabah,

---

<sup>81</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 47.

Bank dapat membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya, Bank wajib menyediakan dana untuk merealisasikan penyediaan barang yang dipesan nasabah, dan Bank dapat memberikan potongan dalam besaran yang wajar dengan tanpa diperjanjikan di muka.

Dalam penelitian di Bank Muamalat Jember juga di katakan bahwa prosedur pembiayaan murabahah pada KPR umumnya sama dengan pembiayaan yang lain, hanya saja pembiayaan murabahah pada produk KPR ini objek yang akan di ajukan, nasabah sendiri yang akan memilihnya, baik itu dari segi alamat rumah dan model rumah yang akan di tempati. Setelah itu nasabah melakukan pengajuan ke Bank, disana bank akan mengkoscek kembali pengajuan nasabah untuk memastikan kelakayan pembiayaan yang akan diberikan. Setelah semuanya disepakati oleh semua pihak termasuk harga pembelian kepada *developer* , kemudian nasabah diminta untuk melengkapi dokumen-dokumen pembiayaan murabahah pada produk KPR untuk melakukan proses pencairan. Sesuai dengan teori di jurnal Putri Puspita Sari KPR atau Kredit Pemilikan Rumah merupakan salah satu jenis pelayanan kredit yang diberikan oleh bank kepada para nasabah yang menginginkan pinjaman khusus untuk memenuhi kebutuhan dalam pembangunan rumah. KPR juga muncul karena adanya berbagai kondisi penunjang yang strategis diantaranya adalah pemenuhan kebutuhan perumahan yang semakin lama semakin tinggi namun belum dapat mengimbangi kemampuan daya beli kontan

dari masyarakat. KPR (Kredit Pemilikan Rumah) adalah kredit yang digunakan untuk membeli rumah atau untuk kebutuhan konsumtif lainnya dengan jaminan/agunan berupa rumah.<sup>82</sup>

Dalam penelitian di Bank Muamalat Jember juga dikatakan bahwa pengajuan pembiayaan produk murabahah yang ada pada Bank Muamalat yakni ada tiga prosedur yang pertama adalah kelengkapan dokumen, yang kedua analisa pendapatan nasabah yang mencukupi, dan yang ketiga jaminan nilai rumah yang akan dibeli mencukupi atas platform yang diajukan. Aspek penilaian pemberian pembiayaan akad murabahah pada bank muamalat yaitu pendapatan nasabah yang masuk pada *BI Checking*, calon nasabah akan dilihat report pada Bank lain. Jika pada bank lain nasabah juga mempunyai tunggakan maka pengajuan ditolak. Artinya *BI Checking* untuk menganalisis karakteristik nasabah yang akan mengajukan pembiayaan pada Bank Muamalat. Sesuai dengan teori di bukunya Kasmir *character* adalah sifat atau watak seseorang dalam hal ini calon debitur. Tujuannya adalah memberikan keyakinan kepada bank bahwa sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan kredit benar-benar dapat dipercaya. Keyakinan ini tercermin dari latarbelakang si nasabah, baik yang bersifat latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi seperti : cara hidup atau gaya hidup yang dianutnya, keadaan keluarga hobi, dan sosial standingnya. *Character* merupakan ukuran untuk menilai

---

<sup>82</sup> Putri Puspita Sari, "Perbandingan Kredit Pemilikan Rumah Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Kepemilikan Rumah Pada Bank Syariah", <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/download/724/508>, (11, Juli, 2019).

“kemauan” nasabah membayar kreditnya. Orang yang memiliki karakter baik akan berusaha untuk membayar kreditnya dengan berbagai cara.<sup>83</sup>

Dalam penelitian di Bank Muamalat Jember juga di katakan bahwa uji kelayakan nasabah bank akan melihat dan menganalisa nasabah melalui *BI Checking* lalu nasabah juga akan di interview untuk mengetahui kebenaran identitas nasabah seperti tempat kerja alamat kerja, dan sebagainya. Sesuai dengan teori di bukunya Ksmir dalam menilai kredit hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi sekarang dan untuk di masa yang akan datang sesuai sektor masing-masing. Dalam kondisi perekonomian yang kurang stabil, sebaiknya pemberian kredit untuk sektor tertentu jangan diberikan terlebih dahulu dan kalaupun jadi diberikan sebaiknya juga dengan melihat prospek usaha tersebut di masa yang akan datang.<sup>84</sup>

Namun dalam penelitian ini penulis menemukan temuan baru yakni bahwasanya pencairan pembiayaan akad *murabahah* pada KPR di bank Muamalat Jember ini akan dilakukan kepada *developer* langsung, hal ini dilakukan untuk mencegah kesalahan nasabah dalam menggunakan dananya. Jika yang dibeli rumah inden maka dana akan langsung di cairkan ke *developer* apabila rumah *secound* yang dibeli maka dana akan di cairkan secara bertahap kepada *developer*.

Adapula temuan lain jika nasabah ingin mempercepat pelunasannya nasabah cukup membayar porsi syirkah bank dan tambahan bagi hasil jika tidak maka sebaliknya nasabah tetap membayar angsuran seperti biasa dan

---

<sup>83</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal 101-102.

<sup>84</sup> *Ibid.*, hal 102-103.

tidak dikenakan pembayaran tambahan bagi hasil bank, bagi hasil disini merupakan kebijakan Bank Muamalat sendiri. Setelah pembayaran angsuran selesai sampai batas waktu yang ditentukan maka selesailah kewajiban nasabah dalam pembiayaan akad *murabahah* pada produk KPR di bank Muamalat Jember dan hak milik akan berada ditangan nasabah.

## **2. Bagaimana analisis marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR di Bank Muamalat Jember?**

Berikut adalah data analisis yang diperoleh selama melakukan penelitian di Bank Muamalat Jember tentang analisis marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR di Bank Muamalat Jember.

Di Bank Muamalat Jember KPR atau kepemilikan rumah sangat banyak diminati masyarakat karena prosesnya yang cepat dan persyaratan yang mudah. Analisis akad *murabahah* ini di terapkan khusus pada produk pembiayaan KPR di Bank Muamalat Jember. Dimana nasabah yang akan mencari rumah dan lokasinya, kemudian bank melakukan negoisasi dengan pihak developer bersama nasabah, jika harga sudah disepakati kemudian persyaratan sudah dipenuhi oleh nasabah, maka pengajuan tersebut akan di proses pencairannya. Tujuan pemasaran yang ada di Bank Muamalat, yaitu untuk mencari nasabah dan untuk mendapatkan nasabah baru. Perbedaannya kalau murabahah itu secara angsuran dia lebih mahal dari pada musyarakah. Tujuan pemasaran dengan pembiayaan murabahah kita biasanya memasarkan atau mempromosikan ke nasabah. Jika nasabah memakai akad skema Murabahah nanti nasabah

angsurannya tidak ada perubahan mulai dari awal sampai akhir. Tapi jika nasabah menggunakan akad skema Musyarakah karena memakai akad sewa-menyewa sewaktu-waktu bisa berubah-ubah, bisa jadi tiap tahun harga sewa di naikkan.

Dari hasil penelitian analisis pembiayaan *murabahah* pada produk KPR di Bank Muamalat Jember hal ini sudah sesuai dengan teori di bukunya Muhammad bahwa marketing pembiayaan menggunakan akad *Murabahah* ialah akad jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. berdasarkan akad jual-beli tersebut bank membeli barang yang dipesan oleh dan menjualnya kepada nasabah. Harga jual bank adalah harga beli dari *supplier* ditambah keuntungan yang disepakati. Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan. *Murabahah* dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam *murabahah* berdasarkan pesananan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah.<sup>85</sup>

Dalam penelitian di Bank Muamalat Jember juga di katakan bahwa melakukan strategi pemasaran kita harus mengelompokkan nasabah yang akan menjadi sasaran Bank untuk jadi nasabah KPR. Tujuannya untuk membeli atau menggunakan produk yang akan ditawarkan oleh Bank. Yang menjadi sasaran Bank Muamalat disini adalah instansi pemerintahan, kantor perumahan, dan door to door ke kantor-kantor.

---

<sup>85</sup> Ibid., 271.

Melihat dari tujuan strategi pemasaran akad murabahah pada produk KPR yaitu untuk membantu atau mempermudah nasabah yang ingin melakukan pembiayaan akad murabahah pada produk KPR. Sesuai dengan teori di bukunya Fandy Tjiptono segmentasi adalah upaya mengelompokkan konsumen berdasarkan kebutuhan. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi sekelompok konsumen yang memiliki kebutuhan yang dapat dipenuhi dengan produk tunggal tertentu, sehingga perusahaan dapat menerapkan upaya pemasaran secara lebih efektif dan ekonomis.<sup>86</sup>

Dalam penelitian di Bank Muamalat Jember juga dikatakan bahwa strategi penetapan target pasar juga merupakan strategi yang sangat penting dalam memasuki pasar baik tahap pengenalan maupun tahap matang. Target pasar kita datang ke kantor perumahan atau kantor developer, maka yang menawarkan langsung produk KPR kami adalah marketing perumahan. Marketing akan menawarkan pembayaran melalui cash atau kredit. Jika melalui kredit, maka akan di tawarkan beberapa bank syariah salah satunya bank muamalat dan beberapa bank konvensional. Sesuai dengan teori di bukunya Kasmir menetapkan target pasar artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran.

---

<sup>86</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Andi, 2017), 150-151.

Dalam penelitian di Bank Muamalat Jember juga di katakan bahwa bisa dipahami posisi pasar sangat penting di dalam sebuah perusahaan. Maka dari itu posisi pasar juga membutuhkan persiapan yang panjang alasannya yaitu penempatan produk pada pasar bukanlah sekedar kesepakatan atau slogan semata. Sesuai dengan teori di bukunya Kasmir penentuan posisi pasar bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangat penting. Menentukan posisi pasar, yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki dengan cara menentukan posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis marketing pembiayaan murabahah pada produk KPR di Bank Muamalat Jember, yang mana kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Prosedur pembiayaan murabahah pada KPR umumnya sama dengan pembiayaan yang lain, hanya saja pembiayaan murabahah pada produk KPR ini objek yang akan di ajukan adalah nasabah sendiri yang akan memilihnya, baik itu dari segi alamat rumah dan model rumah yang akan di tempati. Setelah semuanya disepakati oleh semua pihak termasuk harga pembelian kepada *developer*, kemudian nasabah diminta untuk melengkapi dokumen-dokumen pembiayaan murabahah pada produk KPR untuk melakukan proses pencairan. Aspek penilaian pemberian pembiayaan akad murabahah pada bank muamalat yaitu pendapatan nasabah yang masuk pada *BI Checking*, untuk menganalisis karakteristik nasabah yang akan mengajukan pembiayaan pada Bank Muamalat. Uji kelayakan nasabah bank akan melihat dan menganalisa nasabah melalui *BI Checking* lalu nasabah juga akan di interview untuk mengetahui kebenaran identitas nasabah seperti tempat kerja alamat kerja, dan sebagainya.
2. Analisis akad *murabahah* di terapkan khusus pada produk pembiayaan KPR di Bank Muamalat Jember. Dimana nasabah yang akan mencari rumah dan lokasinya, kemudian bank melakukan negoisasi dengan pihak *developer* bersama nasabah, jika harga sudah disepakati kemudian

persyaratan sudah dipenuhi oleh nasabah, maka pengajuan tersebut akan di proses pencairannya. Tujuannya untuk membeli atau menggunakan produk yang akan ditawarkan oleh Bank. Yang menjadi sasaran Bank Muamalat disini adalah instansi pemerintahan, kantor perumahan, dan door to door ke kantor-kantor. Strategi penetapan target pasar juga merupakan strategi yang sangat penting dalam memasuki pasar baik tahap pengenalan maupun tahap matang. Target pasar kita datang ke kantor perumahan atau kantor developer.

## **B. SARAN**

1. Pembiayaan akad *murabahah* pada produk KPR di Bank Muamalat Jember ini sudah sesuai dengan teori yang ada di buku. Oleh Karena itu diharapkan Bank Muamalat tetap mempertahankan produk ini menggunakan akad *murabahah* dengan tujuan mempermudah masyarakat dalam kepemilikan rumah dengan angsuran yang relatif rendah.
2. Untuk pembaca diharapkan dapat menggunakan produk dari bank Muamalat, salah satunya adalah produk KPR ini yang angsurannya sangat rendah dan banyak diminati oleh masyarakat.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan terdapat peneliti baru yang mengkaji ulang dari hasil penelitian tentang analisis marketing pembiayaan *murabahah* pada produk KPR di Bank Muamalat Jember. Hasil dari penelitian ini belum sepenuhnya bisa dikatakan sempurna, sebab masih banyak kekurangan didalamnya sebagai akibat dari keterbatasan waktu, referensi yang dirujuk, metode yang digunakan serta pengetahuan dan ketajaman analisis yang dimiliki.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Creswell Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David Fred R. 2010. *Manajemen Strategis*. Jakarta: salemba empat.
- Duila Rusdi. 2018. Analisis Akad-Akad pada Pembiayaan *Take Over* KPR Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember Berdasarkan Fatwa DSN-MUI NO : 31/DSN-MUI/VI/2002. skripsi: IAIN Jember. Jember.
- Fatmawati. 2017. Manajemen Risiko Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi di Bank Tabungan Negara KC Jember. skripsi: Jember, Jember.
- Ismaya Sujana. 2006. *Kamus Perbankan*. Bandung : Pustaka Grafika.
- Fitriana Aniqotuzzuhro. 2017. Akuntansi atas Pembiayaan Pemilikan Rumah Berdasarkan Prinsip Ijarah Muntahiya Bittamlik (IMBT) pada PT. Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi. skripsi: IAIN Jember. Jember.
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Karim Adiwarmen A. 2014. *Bank Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Mardalis. 2014. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Maulina Rohmaniah Nuril. 2018. Analisis Kebijakan *Loan to Value* dalam Keputusan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Kantor Cabang Jember. skripsi: IAIN Jember, Jember.
- Muhammad. 2016. *Manajemen Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Moeleong Lexi J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Nafis Abdul Wadud. 2014. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Jember : STAIN Jember Press.
- Nasution Siti Nasroh. 2017. Analisis Strategi Marketing Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pembiayaan BSM Implan Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Pematangsiantar. skripsi: UIN Sumatera Utara Medan. Medan.
- Purwati Sri. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung). skripsi: Universitas Negeri Raden Intan Lampung, Lampung.
- Rahmawati Linda. 2018. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Produk Griya iB Hasanah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Betung Lampung. (skripsi: UIN Raden Intan Lampung. Lampung).
- Sapi'i dan Setiawan Agus. Pemilihan Pembiayaan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) Dengan Akad Murabahah (Studi Kasus Di Bank Muamalat Tbk Cabang Pembantu Samarinda Seberang). <https://media.neliti.com/media/publications/141382-ID-pemilihan-pembiayaan-kpr-kredit-pemilika.pdf>. 17-24.
- Sari Putri Puspita. Perbandingan Kredit Pemilikan Rumah Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Kepemilikan Rumah Pada Bank Syariah. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/download/724/508>.
- Subairi Mohammad. 2018. Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRI Syariah iB dalam Prespektif Green Banking di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Jember. skripsi: IAIN Jember. Jember.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian dan Pengembangan. (research and development/ R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto Babun dkk. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Suwandi Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.
- UU RI Tentang Perbankan Syariah*. Pustaka Mahardika.

Ulfa Siti Mariatu. 2017. Analisis Risiko Pembiayaan KPR Bersubsidi Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) di BRI Syariah KCP Rogojampi Banyuwangi. skripsi: IAIN Jember. Jember.

Wahyuni Riris. 2018. Analisis Segmentasi Pasar Kredit KPR pada Bank BTN KC Jember. skripsi: IAIN Jember.

<https://www.zonareferensi.com/pengertian-analisis-menurut-para-ahli-dan-secara-umum>

[www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-corporate](http://www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-corporate)

[www.bankmuamalat.co.id/visi-misi](http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi)

[www.bankmuamalat.ac.id](http://www.bankmuamalat.ac.id).



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : WAHYA LYN FIZA

NIM : E20151071

Prodi/Jurusan/Fakultas : Perbankan Syariah / Ekonomi Islam / Ekonomi dan  
Bisnis Islam

Institut : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi dengan judul “ANALISIS  
MARKETING PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PRODUK KPR DI  
BANK MUAMALAT JEMBER” ini adalah hasil penelitian atau karya saya  
sendiri, kecuali pada bagianbagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 20 Januari 2020  
Saya yang menyatakan



WAHYA LYN FIZA  
NIM.E20151071

## MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Marketing Pembiayaan Murabahah pada Produk KPR di Bank Muamalat Jember	1. KPR di Bank Muamalat Jember	a. Jenis Produk KPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rumah,</li> <li>▪ Ruko,</li> <li>▪ Pembangunan/ renovasi, dan</li> <li>▪ Take over</li> </ul>	a. Primer <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kepala Marketing</li> <li>▪ Marketing Bagian KPR</li> </ul> b. Sekunder <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Buku Referensi</li> <li>▪ Internet</li> <li>▪ Jurnal</li> <li>▪ Dokumentasi</li> </ul>	1. Pendekatan dan Jenis Penelitian Kualitatif 2. Lokasi Penelitian Bank Muamalat Jember 3. Teknik Pengumpulan Data : a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Metode Analisis Data Kualitatif Deskriptif 5. Keabsahan Data Metode Triangulasi Sumber	1. Bagaimana marketing pembiayaan murabahah yang diterapkan pada produk KPR di Bank Muamalat Jember 2. Apa saja hambatan strategi pemasaran pembiayaan murabahah yang diterapkan dalam meningkatkan produk KPR di Bank Muamalat Jember 3. Bagaimana solusi bank dalam menanggulangi hambatan strategi pemasaran pembiayaan murabahah yang diterapkan dalam meningkatkan produk KPR di Bank Muamalat Jember
		b. Jenis Nasabah	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Perorangan min. 21 tahun</li> <li>▪ Karyawan max. 55 tahun</li> <li>▪ Wiraswasta/profesional max. 60 tahun</li> </ul>			
	2. Pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Jember	c. Jangka Angsuran	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 5 tahun</li> <li>▪ 10 tahun</li> <li>▪ 15 tahun</li> </ul>			
		a. Pembiayaan Murabahah Konsumtif	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ KPR iB Muamalat</li> <li>▪ Multiguna</li> <li>▪ Koperasi Karyawan</li> <li>▪ Pensiun</li> <li>▪ Autoloan</li> </ul>			
		b. Pembiayaan Murabahah Produktif	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pembiayaan Modal Kerja</li> <li>▪ Projek dan kontruksi</li> </ul>			

	<p>3. Marketing pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Jember</p>	<p>a. Marketing Pembiayaan di Bank Muamalat Jember</p> <p>b. Marketing Pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Jember</p> <p>c. Marketing Pembiayaan Murabahah pada Produk KPR di Bank Muamalat Jember</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Strategi Marketing</li> <li>▪ Target Nasabah</li> <li>▪ Marketing mix (4P)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marketing KPR iB Muamalat</li> <li>▪ Marketing iB Muamalat Pensiun</li> <li>▪ Marketing iB Muamalat Multiguna</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Strategi Pemasaran Produk KPR iB Muamalat</li> <li>▪ Target Nasabah Produk KPR iB Muamalat</li> <li>▪ Marketing Mix Produk KPR iB Muamalat</li> </ul>			
--	--	--	---	--	--	--



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

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136  
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

Nomor : B- 64 /In.20/7.a/PP.00.9/10/2019  
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Bank Muamalat Kabupaten Jember  
di-

TEMPAT

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Wahya Lyn Fiza  
NIM : E20151071  
Semester : 9  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syari'ah  
No Telpn : 082177496038  
Email : wahyalynfiza@gmail.com  
Dosen Pembimbing : Muhammad Saiful Anam, M.Ag  
NIP : 197111142003121002  
Judul Penelitian : "Analisis Marketing Pembiayaan Murabahah pada Produk KPR di Bank Muamalat Jember".

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

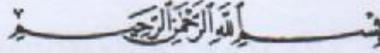
Jember, 03 Oktober 2019

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik





nk Muamalat



No: 0007/B/KC JEMBER-SRT/I/2020

Jember, 6 Januari 2020 M  
10 Jumadal Ula 1441 H

Kepada Ykh.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN Jember)

**Perihal : Keterangan Selesai Penelitian**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semoga Allah S.W.T. senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Amin.

Terkait dengan penelitian yang diajukan oleh :

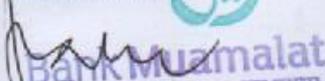
Nama	: Wahya Lyn Fiza
NIM	: E20151071
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul	: Analisis Marketing Pembiayaan Murabahah pada Produk KPR di Bank Muamalat Jember

Maka dengan ini kami menginformasikan bahwa ybs telah selesai melaksanakan penelitian di Bank Muamalat Cabang Jember.

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian Saudara kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

PT BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk  
CABANG JEMBER

  
**Palupi**  
Branch Operation Service Manager

PT Bank Muamalat Indonesia TBK.  
Kantor Cabang Jember  
Jl. PB Sudirman No. 35  
Jember - Indonesia  
T +62 (331) 410433, 410434  
F +62 (331) 410432  
E info@muamalatbank.com  
www.muamalatbank.com

## PEDOMAN WAWANCARA

“Analisis Marketing Pembiayaan Murabahah Pada Produk KPR Di Bank Muamalat Jember”

### A. Observasi

1. Letak geografis Bank Muamalat Jember
2. Kondisi fisik kantor Bank Muamalat Jember

### B. Wawancara

1. Bagaimana tujuan pemasaran bank atas pembiayaan murabahah pada produk KPR?
2. Bagaimana penerapan akad murabahah pada produk KPR di bank Muamalat Jember?
3. Bagaimana prosedur pembiayaan akad murabahah pada produk KPR di bank Muamalat Jember?
4. Apa saja syarat pengajuan pembiayaan pada produk KPR di Bank Muamalat Jember?
5. Aspek apa saja yang dinilai dalam penilaian untuk pemberian pembiayaan akad murabahah pada produk KPR di bank Muamalat Jember?
6. Bagaimana cara menguji atau mengetahui nasabah tersebut layak atau tidak untuk memperoleh pembiayaan akad murabahah pada produk KPR di Bank Muamalat Jember?
7. Bagaimana strategi pemasaran akad murabahah pada produk KPR di bank Muamalat Jember Dari aspek segmenting?
8. Bagaimana penentuan target pasar yang dilakukan oleh Bank Muamalat untuk memperluas produk KPR?
9. Apa yang dilakukan Bank Muamalat untuk menentukan posisi pasar pada produk KPR?

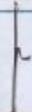
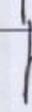
### C. Dokumentasi

1. Sejarah Bank Muamalat Jember
2. Visi dan Misi Bank Muamalat Jember
3. Struktur organisasi Bank Muamalat Jember
4. Job description dari masing-masing bagian Bank Muamalat Jember
5. Produk-produk Bank Muamalat Jember

## Jurnal Kegiatan Penelitian

Judul Skripsi : Analisis Marketing Pembiayaan Murabahah pada Produk KPR di Bank Muamalat Jember

Lokasi : Jl. PB Sudirman No.35, Pagah, Jemberlor, Kec. Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68112

NO.	Hari/ Tanggal	Kegiatan	Tanda Tangan
1.	Kamis, 3 Oktober 2019	Pengajuan proposal dan surat pengantar	
2.	Senin, 07 Oktober 2019	Acc izin penelitian	
3.	Rabu, 09 Oktober 2019	Wawancara	
4.	Rabu, 16 Oktober 2019	Wawancara	
5.	Kamis, 17 Oktober 2019	Wawancara	
6.	Rabu, 23 Oktober 2019	Wawancara	
7.	Senin, 23 Desember 2019	Menerima surat izin selesai penelitian	

Jember, 23 Desember 2019

Mengetahui

  
  
**Bank Muamalat**  
JATIM Jember

Kepala Bank Muamalat

## **FOTO DOKUMENTASI**

### **Bagian depan Bank Muamalat Jember**



### **Wawancara Dengan Ibu Rizky Amalia Bank Muamalat Jember**



### **Bagian Costumer Service Bank Muamalat Jember**



### **Bagian Teller Bank Muamalat Jember**



**Wawancara Dengan Bapak Dian Eko Prambudi Bank Muamalat Jember**



**Wawancara Dengan Bapak Fingky Bank Muamalat Jember**



