

**STRATEGI MARKETING PEMBIAYAAN GRIYA iB
HASANAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
DI BNI SYARIAH KANTOR CABANG PROBOLINGGO**

SKRIPSI

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



Oleh:

Siti Zulaiha
NIM. E20161140

Dosen Pembimbing:

Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I.
NIP. 19690706 200604 1 001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2021**

**STRATEGI MARKETING PEMBIAYAAN GRIYA IB
SANAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
DI BNI SYARIAH CABANG PROBOLINGGO.**

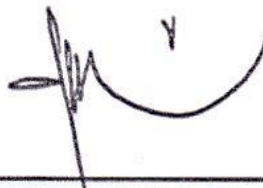
SKRIPSI

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:

SITI ZULAIHA
NIM. E20161140

Disetujui Pembimbing



Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I.
NIP. 19690706 200604 1 001


**STRATEGI MARKETING PEMBIAYAAN GRIYA IB
HASANAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
DI BNI SYARIAH KANTOR CABANG PROBOLINGGO**

SKRIPSI


Telah diuji dan diterima untuk
memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah
Hari : Rabu
Tanggal : 24 Maret 2021

Tim Penguji

Ketua



Daru Anondo, S.E., M.Si.
NIP.19750303 200901 1 009

Skretaris


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

Anggota:

1. Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si.
2. Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I.


()
()

**Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

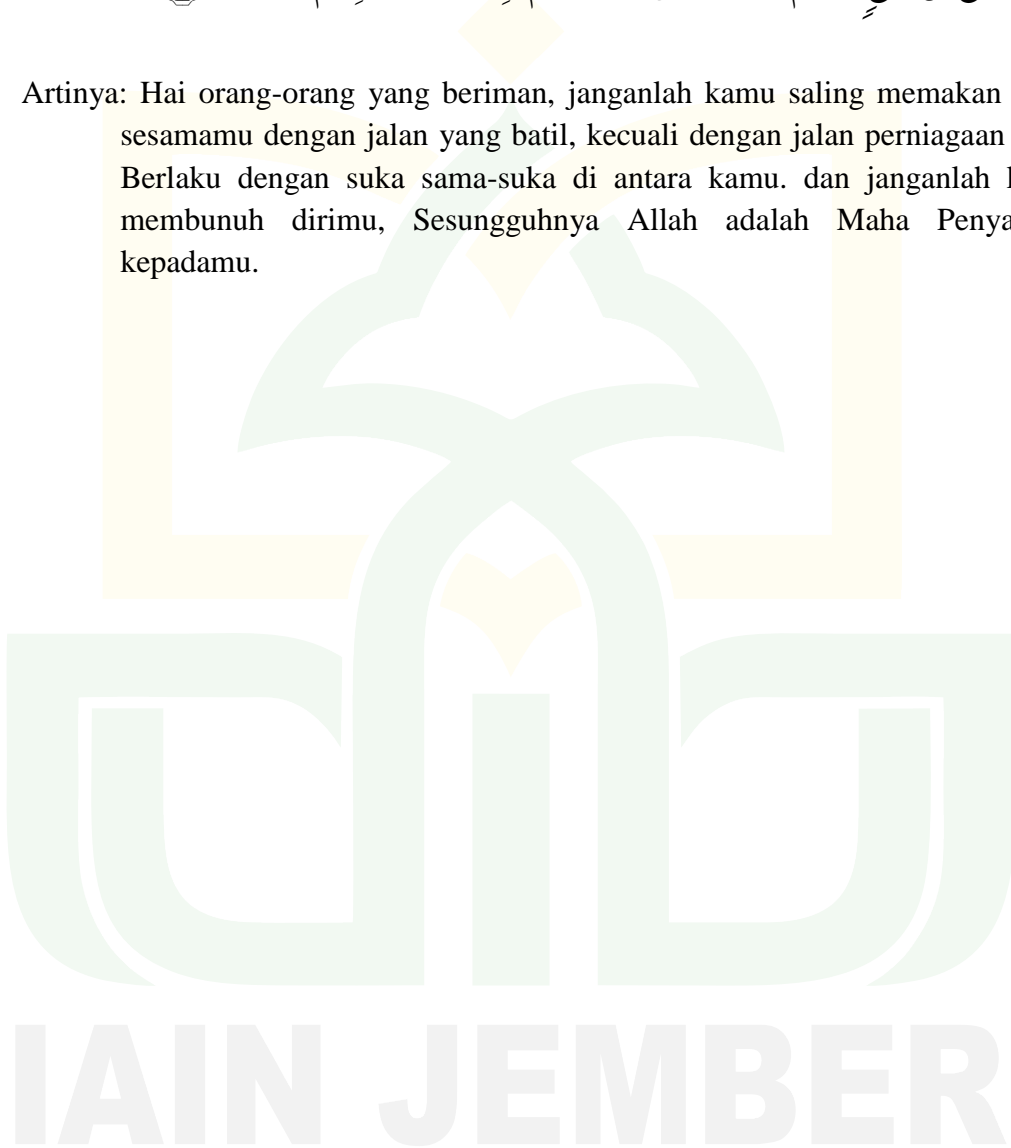



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٦٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.



PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada mereka yang telah banyak berjasa dalam kesuksesan belajar yang telah penulis lalui selama ini. Mereka adalah:

1. Bapak dan Ibu saya (Juma'ari dan Jumila), yang telah berkorban dengan segenap jiwa dan raga serta doa yang tak pernah henti untuk menghantarkan pada pendidikan yang lebih tinggi dan telah menjadi motivasi terbesar dalam hidupku, semoga jerih payah dan pengorbanan serta doa kedua orang tua saya diterima oleh Allah SWT.
2. Terimakasih untuk Dosen Pembimbing saya, Bapak Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I. atas waktu yang diberikan kepada saya serta panduan-panduan yang sudah beliau berikan kepada saya mengenai skripsi ini.
3. Untuk kakak dan juga adikku (Isrofil Fauzi dan Zahra Aulia Qotrun Nada) yang selalu membuat saya semangat selama ini.
4. Untuk semua keluarga besarku pula yang selalu memberikan semangat dan juga motivasi untuk menjadi orang sukses kedepannya.
5. Untuk sahabat-sahabatku (Dwi Destri Ulvairo dan Ifa Agustin) yang selalu setia membantu dan selalu menemani selama ini.
6. Dan untuk semua pihak yang telah mendukung dan memotivasiku dalam penyelesaian skripsi ini, terimakasih untuk waktu dan doanya selama ini.

KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Jember,
3. Ibu Nurul Setyaningrum, SE,M.M selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah.
4. Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan serta motivasi yang begitu maksimal kepada peneliti dalam proses mengerjakan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
5. Segenap Keluarga besar BNIS Cabang Probolinggo yang telah memberikan izin dan meluangkan waktunya serta memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah.

Jember, 30 Desember 2020
Penulis

Siti Zulaiha

ABSTRAK

Siti Zulaiha, Dr. H.Abdul Wadud Nafis,Lc., M.E.I. 2020: *Strategi Marketing Pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo.*

Produk Pembiayaan Griya ib Hasanah merupakan salah satu produk yang dimiliki oleh BNI Syariah. Produk ini merupakan produk pemilikan rumah syariah yang mana didalam transaksinya menggunakan akad murabahah, produk Griya ib Hasanah ini juga merupakan produk unggulan di BNI Syariah KC Probolinggo.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah: (1) Bagaimana strategi marketing pembiayaan BNI Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo. (2) Bagaimana upaya pengendalian strategi marketing pembiayaan BNI Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo.

Penelitian ini bertujuan: (1) untuk mengetahui strategi marketing pembiayaan BNI Griya ib Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo. (2) untuk mengetahui bagaimana upaya pengendalian strategi marketing pembiayaan BNI Griya ib Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo.

Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam menentukan sumber data menggunakan teknik *purposive*, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan kualitatif deskriptif. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Kesimpulan penelitian yaitu: (1) Dalam pembiayaan BNI Griya IB Hasanah menerapkan strategi pemasaran yang meliputi segmentasi pasar (*segmentation*), target pasar (*targetting*), posisi pasar (*positioning*). Selain itu juga menerapkan strategi *marketing mix* yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*. (2) upaya pengendalian yang dilakukan oleh pihak BNI Syariah dalam meningkatkan strategi marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo yaitu menggunakan metode *maintenance*, upaya meningkatkan pelayanan, dan melakukan reformasi dalam segala aspek.

Kata Kunci: Strategi Marketing Pembiayaan Griya ib Hasanah (Kepemilikan Rumah).

ABSTRACT

Siti Zulaiha, Dr. H.Abdul Wadud Nafis,Lc., M.E.I. 2020: *IB Hasanah Griya Financing Marketing Strategy in increasing the number of customers at BNI Syariah KC Probolinggo.*

The Griya ib Hasanah Financing Product is one of the products owned by BNI Syariah. This product is a product of sharia home ownership, which in the transaction uses the murabahah contract, Griya ib Hasanah's product is also a superior product at BNI Syariah KC Probolinggo

The focus of research examined in this thesis are: (1) How is the BNI Griya iB Hasanah financing marketing strategy in increasing the number of customers at BNI Syariah KC Probolinggo.

(2) How to control the BNI Griya iB Hasanah financing marketing strategy in increasing the number of customers at BNI Syariah KC Probolinggo

The aim of this study: (1) to determine the marketing strategy for BNI Griya ib Hasanah financing in increasing the number of customers at BNI Syariah KC Probolinggo. (2) to understand how the efforts to control the marketing strategy for financing BNI Griya ib Hasanah in increasing the number of customers at BNI Syariah KC Probolinggo.

The research method used is a qualitative approach. In determining the data source using a purposive technique, Meanwhile, the data collection methods used were interviews, observation and documentation. Methods of data analysis using qualitative descriptive. The validity of the data used source triangulation.

The research conclusions are: (1) In financing BNI Griya IB Hasanah applies a marketing strategy that includes market segmentation, target market (targetting), market position (positioning. In addition, it also implements a marketing mix strategy consisting of product, price, place, promotion. (2) controlling efforts carried out by BNI Syariah in improving marketing strategies in increasing the number of customers at BNI Syariah KC Probolinggo, namely using the maintenance method, efforts to improve services, and make reforms in all aspects.

Keywords: Griya iB Hasanah (Home Ownership) Marketing Strategy.

DAFTAR ISI

Coveri	i
Persetujuan Pembimbing	ii
Lembar Pengesahan PENGUJI	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Kata Pengantar	vii
Abstrak.....	viii
Daftar ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Istilah.....	12
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kajian Teori	33
1. Strategi marketing	33
2. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	37
3. Pembiayaan	41

BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	60
B. Lokasi Penelitian	60
C. Subyek Penelitian	61
D. Teknik Pengumpulan Data	62
E. Analisis Data	65
F. Teknik Keabsahan Data	68
G. Tahap - tahap penelitian	68
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	70
A. Gambaran Objek Penelitian	70
B. Penyajian dan Analisis data	97
C. Pembahasan Temuan	113
BAB V PENUTUP	119
A. Kesimpulan	119
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	122

IAIN JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bertahun-tahun lamanya sistem bunga menjadi dominasi didunia perekonomian, khususnya dalam dunia perbankan. Dan pada realitanya sistem bunga membuktikan adanya ketidakberdayaan bahkan terjadi ketimpangan ekonomi dalam masyarakat. Fenomena ini membuat orang kaya semakin kaya dan yang miskin semakin tidak berdaya. Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 telah memberikan jawaban atas ketimpangan tersebut, yang mana UU tersebut yaitu UU yang menggunakan sistem anti riba dan lembaganya disebut dengan lembaga keuangan syariah. Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 disambut baik oleh berbagai kalangan umat islam, bentuk dukungan dari umat islam ini telah diwujudkan dengan diberdirikannya lembaga keuangan syariah bank dan non bank.¹

Perbankan merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Setiap produk yang ditawarkan oleh bank harus dikomunikasikan terlebih dahulu agar masyarakat memiliki pandangan, pengetahuan serta memiliki minat untuk menggunakan produk bank tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.²

¹Muhamad,*manajemen keuangan syariah* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016),135.

²Kasmir, *bank dan lembaga keuangan lainnya* (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA,2014),24.

Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) merupakan salah satu bank yang mana produk-produknya menggunakan prinsip-prinsip syariah. Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) menawarkan berbagai produk keuangan yang bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat yang tentunya lebih aman dan sejahtera. Salah satu produk keuangan yang ditawarkan yaitu dalam bentuk pembiayaan, yang dalam pemasarannya mereka menerapkan suatu strategi yang tepat untuk membuat nasabah tertarik untuk melakukan transaksi dengan BNIS dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.³ Menurut bapak Taufiq Hardy Kurniawan, pembiayaan merupakan pemberian fasilitas pinjaman kepada calon nasabah sesuai dengan pengajuan nasabah atau kebutuhan nasabah⁴. Dalam menjalankan suatu usaha baik usaha yang dilakukan oleh perorangan ataupun perusahaan, pembiayaan merupakan salah satu bagian terpenting yang ada didalamnya. Hal ini disebabkan suatu usaha membutuhkan biaya untuk menjalankan operasional. Sumber pembiayaan bisa diperoleh dari dalam maupun luar perusahaan. Jasa-jasa perbankan islam dikemas dalam produk-produk yang ada didalam perbankan syariah, salah satunya pembiayaan

³ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), 2.

⁴ Taufiq Hardy Kurniawan, wawancara, 10 Februari 2020

murabahah. Murabahah merupakan transaksi jual beli suatu barang yang mana harga perolehan barang ditambah dengan margin yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi.⁵ Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa pada BNI Syariah KC Probolinggo menerapkan akad murabahah dalam produk pembiayaan Griya iB Hasanah sesuai dengan syariat islam, yang mana pihak bank menjual bangunan berupa rumah dengan menunjukkan harga asal dan menjelaskan margin sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.⁶

Produk Pembiayaan di BNI Syariah terbagi menjadi 3 segmen, antara lain: produk pembiayaan layanan mikro, produk pembiayaan konsumtif, produk pembiayaan produktif. Dari masing-masing produk pembiayaan tersebut di dalamnya masih terbagi menjadi berbagai macam produk. Untuk jenis pembiayaan mikro terbagi menjadi 2 Jenis yaitu BNI Mikro 2 iB Hasanah dan BNI Mikro 3 iB Hasanah. produktif yaitu BNI Wirausaha beragun Properti IB Hasanah, BNI Wirausaha iB Hasanah, BNI Usaha Kecil iB Hasanah. Sedangkan untuk jenis pembiayaan konsumtif terbagi menjadi 6 bagian yaitu BNI Griya IB Hasanah, BNI Multiguna iB Hasanah, BNI Oto IB Hasanah, BNI Fleksi IB Hasanah, BNI Fleksi Umrah IB Hasanah, BNI Emas iB Hasanah. Dari sekian banyak produk pembiayaan BNI Syariah yang menjadi produk unggulan di BNIS Cabang Probolinggo yaitu produk BNI Griya iB Hasanah. Produk BNI Griya iB Hasanah jenis menggunakan akad murabahah. Salah satu faktor yang menjadikan produk BNI Griya iB Hasanah

⁵ Muhamad, *Audit dan pengawasan syariah pada bank syariah* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2011), 35.

⁶ Windi, *wawancara*, 10 Februari 2020.

menjadi produk unggulan atau banyak diminati oleh nasabah BNIS Cabang Probolinggo karena masih kurangnya masyarakat yang belum memiliki tempat tinggal sendiri. Terutama bagi kaum pemuda yang baru menikah dan mereka ingin memiliki rumah sendiri, selain itu uang muka ringan, harga bersaing, bebas biaya survey, angsuran tetap sampai lunas. Produk-produk pembiayaan ini menggunakan sistem akad dan menggunakan prinsip-prinsip syariah agar dapat terciptanya transaksi yang halal dan berkah. Kebanyakan orang mengatakan bahwa pasar syariah yaitu pasar yang emosional, maksudnya orang tertarik untuk melakukan bisnis pada pasar syariah karena alasan keagamaan, dan bukan semata hanya untuk mendapatkan keuntungan saja. Sedangkan pasar konvensional atau konvensional yaitu pasar yang hanya ingin mendapatkan keuntungan finansial yang sebanyak-banyaknya, tanpa melihat apakah bisnis yang dijalannya menyimpang dari ajaran agama islam atau tidak.⁷

Aktivitas marketing sangat dirasa penting oleh kebanyakan pengusaha yang memproduksi barang ataupun jasa karena adanya ancaman globalisasi yang sangat kuat, persaingan internasional yang semakin membara dan juga persaingan dari dalam negara itu sendiri. Pada realitanya hingga kini perubahan perkembangan pasar menjadi sangat pesat. Keinginan dari konsumen dari tahun ke tahun semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Dan mereka pun selalu ingin tahu dan selalu ingin mencoba produk terbaru yang bermunculan dipasaran. Maka dari itu strategi

⁷Mustafa Edwin Nasution, dkk, *pengenalan eksklusif ekonomi islam*(Jakarta: PRANAMEDIA GROUP, 2006), 157.

pemasaran harus bisa menjawab tantangan dengan berbagai cara. Saat ini pemasaran bukan hanya sekedar sebagai ajang promosi atau iklan. Melainkan tujuan pemasaran harus mengutamakan kepuasan dari konsumen itu sendiri. Dan apabila suatu perusahaan tidak bisa memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen, maka perusahaan tersebut tidak lama kemudian akan mengalami kebangkrutan atau gulung tikar. Oleh Philip Kotler dinyatakan bahwa manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa merencana, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan guna mencapai tingkat pemasaran sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.⁸

Lingkungan yang mempengaruhi pemasaran adalah lingkungan demografi, lingkungan ekonomi, lingkungan alam, lingkungan teknologi, lingkungan politik/hukum dan lingkungan sosial budaya. Lingkungan demografi menganalisis pertumbuhan penduduk yang begitu cepat yang perlu dilayani kebutuhannya yang bersifat tidak terbatas, sedangkan alat yang tersedia, sumber daya alam sangat terbatas dan terancam akan habis karena tidak bisa diperbaharui. Lingkungan ekonomi menyangkut daya beli, pendapatan, harga, tabungan, utang, dsb. Lingkungan alam, mempertimbangkan keterbatasan persediaan luas tanah, hutan, hasil tambang, dsb. Lingkungan teknologi yang sangat cepat berubah, berkat kemajuan pemikiran manusia, alat produksi alat komunikasi, transportasi berkembang sangat pesat. Teknologi muncul saling berimpitan, alat yang baru dalam sekejap sudah menjadi usang, sehingga mematikan usaha. Kekuatan

⁸Buchari Alma, *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 4.

perusahaan kreatif ini muncul seperti mesin fotokopi mematikan usaha kertas karbon, mobil mematikan kereta api, tv mematikan bioskop dan surat kabar, HP mengancam usaha telepon, pos giro, demikian pula kemajuan dalam alat-alat elektronik. lingkungan politik dan hukum ini menyangkut keputusan yang diambil oleh pihak DPR, pemerintah, LSM terhadap segala sesuatu yang dilarang, yang dianjurkan yang harus dilakukan oleh dunia bisnis.⁹

Strategi pemasaran didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹⁰ Dalam strategi *marketing*, banyak digunakan kebijakan tentang bagaimana memelihara konsumen dengan jalan memberi kepuasan secara maksimal. Dalam strategi *marketing* terdapat 2 variabel besar didalamnya. Dua variabel tersebut yaitu variabel yang tidak dapat dikontrol dan variabel yang dapat dikontrol. Yang termasuk kedalam variabel yang tidak dapat dikontrol antara lain: keadaan persaingan, perkembangan teknologi, perubahan demografik, kebijakan politik dan ekonomi, sumber daya alam. Dan yang termasuk kedalam variabel yang dapat dikontrol antara lain: *market segmentation, marketing mix, marketing budget, timing*. *Marketing mix* merupakan salah satu cara untuk menarik minat nasabah pada produk tersebut. Dan *marketing mix* sendiri merupakan suatu kombinasi yang

⁹Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*(Bandung: Alfabeta,2015),287.

¹⁰Buchari Alma, *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*(Bandung: Alfabeta,2016),5.

memberikan hasil maksimal dari unsur-unsur *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.¹¹

Ketika suatu strategi sudah dijalankan dengan baik maka dengan sendirinya akan memunculkan keuntungan (margin) bagi perusahaan dan meningkatkan jumlah konsumen bagi perusahaan itu sendiri. Harga yang terbentuk dalam pembiayaan dilakukan dalam penetapan margin akan berdampak pada keuntungan bank. Namun demikian, bank syariah perlu memikirkan fungsi intermediasi perlu berjalan dengan lancar, tidak hanya memfokuskan pada titik untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya, karena apabila hal tersebut tidak difikirkan dengan matang akan berdampak pada jumlah nasabah di bank syariah tersebut nantinya.¹² Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa strategi marketing yang dilakukan di BNI Syariah terkait pembiayaan Griya iB Hasanah antara lain:

1. Membagikan brosur
2. memasang spanduk
3. melakukan promosi di berbagai lembaga. Seperti kepolisian, sekolah, kampus,dll.
4. Promosi melalui even-even besar,dll.

Marketing sangat dirasa penting di BNI Syariah, karna dengan adanya marketing masyarakat bisa mengenal, bahkan tertarik dengan produk-produk yang ada di BNI Syariah. Salah satu produk unggulan yang ada di BNI Syariah KC probolinggo yaitu BNI Griya iB Hasanah, karna masyarakat

¹¹Buchari Alma, Pengantar Bisnis(Bandung : Alfabeta,2015),294.

¹²Ibid.,294.

probolinggo banyak yang membutuhkan tempat tinggal terutama bagi kaum muda yang baru nikah. Dan yang menjadi mayoritas konsumen produk Griya iB Hasanah yaitu kalangan kaum muda yang baru nikah, yang mana mereka ingin hidup mandiri bersama keluarga kecilnya.¹³

Data jumlah nasabah pembiayaan produk Griya iB Hasanah BNI Syariah KC Probolinggo Tahun 2018-2020

TAHUN	JUMLAH NASABAH	PEMBIAYAAN (MILIAR Rp)
2018	17	12,3
2019	28	22
2020	40	38,6

Sumber: Data diperoleh dari BNIS KC Probolinggo

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa Produk Pembiayaan Griya ib Hasanah mengalami peningkatan antara tahun 2018-2020. Tercatat pada tahun 2016 mengalami peningkatan jumlah nasabah sebanyak 17 orang dengan pembiayaan sebesar 12,3 miliar rupiah. Di tahun 2019 pembiayaan mengalami peningkatan kembali dengan jumlah nasabah sebanyak 28 orang dengan pembiayaan sebesar 22 miliar rupiah. Dan di tahun 2020 pembiayaan Griya ib Hasanah berhasil meningkatkan jumlah nasabah sebanyak 40 orang dengan pembiayaan sebesar 38,6 miliar rupiah. Banyak faktor yang menyebabkan meningkatnya pembiayaan Griya ib Hasanah salah satunya strategi pemasaran. Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa produk pembiayaan Griya ib Hasanah di BNI Syariah KC Probolinggo mengalami peningkatan yang signifikan dalam setiap tahun, tentunya BNI Syariah KC Probolinggo memiliki strategi-strategi dalam memasarkan produk Griya ib

¹³ Trendi,wawancara,10 Februari 2020.

Hasanah, sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk memilih pembiayaan ini sebagai solusi untuk pembelian rumah berdasarkan syariat islam.

Alasan BNI Syariah dijadikan subjek dalam penelitian ini dikarenakan produk pembiayaan Griya iB Hasanah mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana implementasi strategi marketing yang dilakukan oleh pihak BNI Syariah sehingga bisa menarik minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan di BNI Syariah KC Probolinggo, yang mana pada realitanya saat ini banyak sekali bank-bank yang menawarkan produk yang sama dengan pembiayaan Griya iB Hasanah BNI Syariah.

Sebagaimana perbankan syariah pada umumnya, BNI Syariah KC Probolinggo menerapkan pembiayaan Griya iB Hasanah untuk menunjang kebutuhan masyarakat. Produk Griya ib Hasanah diharapkan dapat memfasilitasi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Strategi marketing mempunyai peran penting untuk keberhasilan perusahaan pada umumnya, Karena dapat meningkatkan penjualan. Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian mengenai hal tersebut yang berjudul **“Strategi Pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo”**

B. Fokus Penelitian

Fokus masalah dalam penelitian kualitatif di sebut dengan istilah fokus penelitian. Dimana bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang

akan dicari jawabanya melalui proses penelitian. Fokus penelitian ini disusun secara singkat, jelas, tegas, dan spesifik, serta operasional yang dituangkan dalam kalimat tanya.¹⁴

1. Bagaimana strategi marketing pembiayaan BNI Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Probolinggo?
2. Bagaimana upaya pengendalian strategi marketing pembiayaan BNI Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Probolinggo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu pada masalah-masalah yang akan di rumuskan sebelumnya.¹⁵

1. Untuk mengetahui strategi marketing pembiayaan BNI Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Probolinggo
2. Untuk menegetahui upaya pengendalian strategi marketing pembiayaan BNI Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Probolinggo

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan di berikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat kegunaan yang bersifat

¹⁴Tim Penyusun, *pedoman penulisan karya ilmiah*(Jember:IAIN Jember Press, 2017),44.

¹⁵Ibid.,45.

teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.¹⁶

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 lembaga keuangan yaitu pembiayaan, khususnya tentang **“STRATEGI MARKETING PEMBIAYAAN BNI GRIYA iB HASANAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BNI SYARIAH CABANG PROBOLINGGO”**

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

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 srategi marketing pembiayaan BNI Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah Cabang Probolinggo tersebut.

b. Bagi Lembaga

Sebagai sumber informasi dikemudian hari bagi mereka yang mengadakan penelitian dan sebagai bahan masukan untuk

¹⁶Ibid.,45.

mengevaluasi sejauh mana produk yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan produk yang terampil dibidangnya.

c. Bagi Instansi/ Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, maka penting bagi manajemen perusahaan memperhatikan kepuasan nasabah dalam hal pelayanan dan kenyamanan menggunakan semua produk pembiayaan yang ada di BNI Syariah sehingga meningkatkan aset pada bank dan bisa berdampak positif masa yang akan mendatang.

E. Definisi Istilah

1. Strategi Marketing

Strategi marketing adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹⁷ Strategi marketing merupakan analisis dan pemilihan target market yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan langkah-langkah yang tepat, dengan menggunakan berbagai kebijakan marketing untuk mencapai tujuan.¹⁸

Strategi marketing merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya dipasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk,

¹⁷Buchari Alma, *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 5.

¹⁸Buchari Alma, *pengantar bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2015), 294

diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.¹⁹

2. Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan tagihan atau uang tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan bagi hasil.²⁰

3. Nasabah

Nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa bank. Penghimpun dana dan pemberian kredit merupakan pelayanan jasa perbankan yang utama dari semua kegiatan lembaga keuangan bank. Berdasarkan Pasal 1 angka (16) UU Perbankan diintroduksikan rumusan nasabah yaitu nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.²¹

Dengan difinisi istilah diatas maka yang dimaksud Strategi Marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu analisis dan pemilihan target market yang ingin dicapai oleh

¹⁹Dimas Hendika, “Analisis Strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (studi batik DiJeng Solo)” *jurnal ilmiah*, 1(Desember 2015), 13.

²⁰Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), 2.

²¹Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan

BNI Syariah dengan menciptakan langkah-langkah yang tepat, serta menggunakan berbagai kebijakan pemasaran dalam hal produk pembiayaan Griya IB Hasanah (kepemilikan rumah) untuk menarik minat nasabah melakukan transaksi di BNI Syariah.

F. Sistematika Pembahasan

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

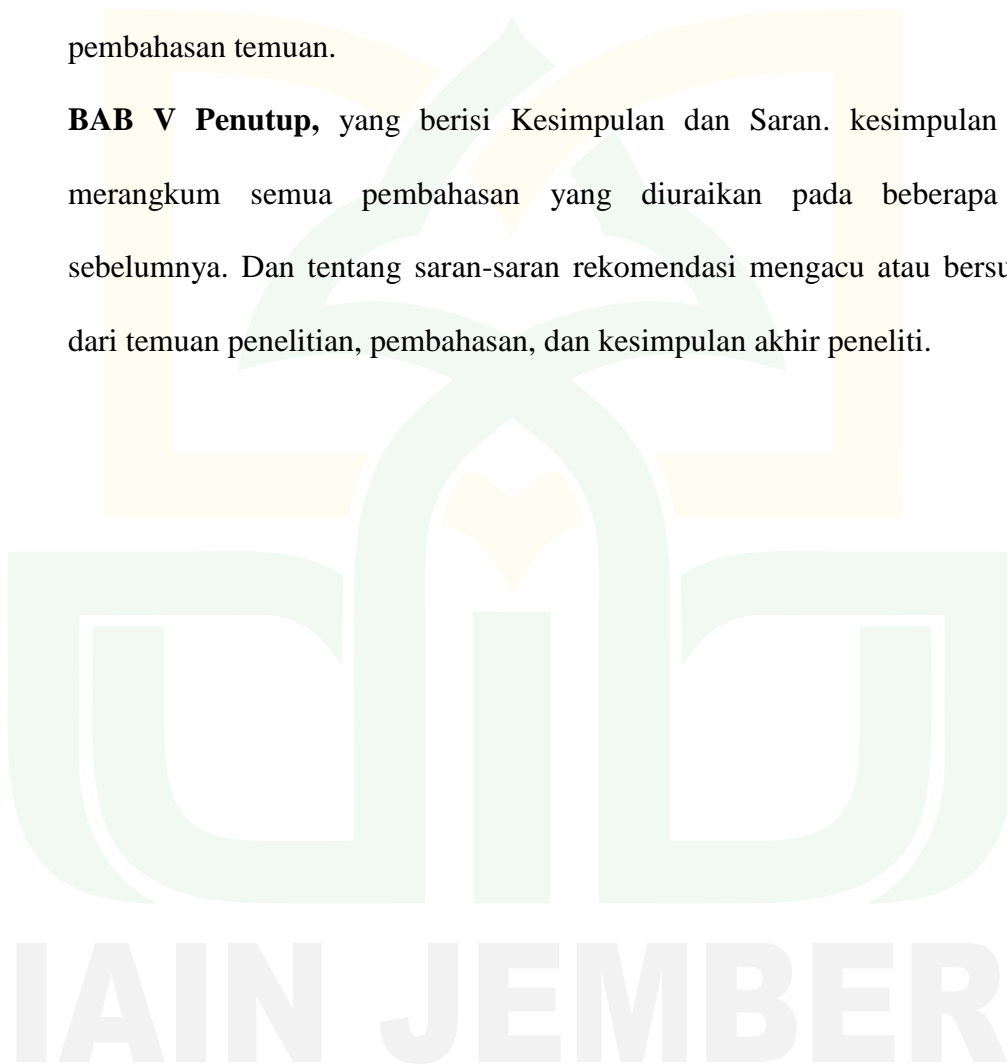
Bab I Pendahuluan, yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika pembahasan. Fungsi bab ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam skripsi.

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 Bagaimana strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Probolinggo, Bagaimana upaya pengendalian strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Probolinggo. 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 Penutup, yang berisi Kesimpulan dan Saran. 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.



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 strategi marketing pembiayaan BNI Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Probolinggo, peneliti berusaha membandingkan dengan skripsi lain mengenai strategi marketing pembiayaan BNI Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Probolinggo diantaranya:

1. Shohibul Ulum (2016) dengan judul “Strategi Pemasaran Mesin Electronic Data Capture (EDC) PT. Bank Central Asia (BCA) KCU Jember” Institut Agama Islam Negeri Jember. Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif Deskriptif. Strategi yang digunakan untuk memasarkan Mesin Electronic Data Capture (EDC) PT. Bank Central Asia (BCA) KCU Jember, produk yang dipasarkan sangatlah dibutuhkan oleh masyarakat saat ini terutama dalam bertransaksi yang aman, nyaman dan tidak adanya pembebanan biaya/ harga pada merchant, distribusinya yang cukup luas dan didukung oleh para marketing yang ulet, gigih, sabar, pantang menyerah untuk memasarkan hingga sampai tangan masyarakat.

Persamaan peneliti ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan sama-sama menggunakan pendekatan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah penelitian ini membahas tentang pemasaran pada Mesin Electronic Data Capture (EDC), sedangkan peneliti membahas tentang strategi pemasaran pembiayaan BNI Griya iB Hasanah.²²

2. Zulfian Ainur Rofiq (2016) dengan judul “Strategi Promosi Produk Bank Syariah Studi Kasus Bank Syariah Mandiri (BSM) KC Banyuwangi” dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi promosi produk yang dilakukan oleh bank Syariah Mandiri (BSM) KC Banyuwangi yang menggunakan periklanan, personal selling dan publisitas di sektor pembiayaan. Sedangkan di sektor pendaan dan jasa menggunakan periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publikasi.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan ini dengan penenliti adalah penelitian ini membahas tentang strategi promosi produk tabungan di BSM KC Banyuwangi, sedangkan peneliti membahas tentang strategi pemasaran pembiayaan BNI Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNIS Cabang Probolinggo.²³

²²Shohibul Ulum, “Strategi Pemasaran Mesin Electronic Data Capture (EDC) PT. Bank Central Asia (BCA) KCU Jember”,(Skripsi,IAIN Jember,Jember,2016),8.

²³Zulfian Ainur Rofiq,“Strategi Promosi Produk Bank Syariah Studi Kasus Bank Syariah Mandiri (BSM) KC Banyuwangi”,(Skripsi,IAIN Jember,Jember,2016).7

3. Nur Hana (2017) dengan judul “Analisis Strategi Marketing Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang”, dari hasil pembahasan dijelaskan bahwa strategi yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan Mabrur Junior diantaranya bebas biaya pendaftaran dan biaya bulanan yang ringan, dalam mempromosikan produk menggunakan *personal selling door to door*, *advertising*, mengikuti *event-event* dalam acara tertentu serta sosialisasi kesekolah dan podok pesantren.

Persamaan penelitian ini dengan peniliti adalah sama-sama membahas strategi merketing dan menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan ini dengan peneliti adalah penenlitan ini membahas tentang produk tabungan Mabrur Junior di BSM sedangkan peneliti membahas tentang produk pembiayaan Griya iB Hasanah di BNIS dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNIS Cabang Probolinggo.²⁴

4. Heni Dwi Wardani (2017) dengan judul “Strategi Pemasaran Word of Mouth dan Expriential dalam Mencapai Target Pemasaran PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mumbulsari”, dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemasaran word of mouth dalam mencapai target pemasaran yaitu dengan melakukan pemasaran secara langsung ataupun tidak langsung seperti melakukan sosialisasi yang dilakukan di BRI Unit Mumbulsari sangat mempermudah tiap mantri untuk mendapatkan konsumen khususnya di daerah Mumbulsari sosialisasi yang ditujukan

²⁴Nur Hana, “Analisis Strategi Marketing Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang” (Skripsi, IAIN Jember, Jember, 2017).9

kepada pedagang, kelompok tani, kelompok ternak dll juga berjalan dengan baik karena untuk membuat usaha pastinya membutuhkan modal, banyak masyarakat yang melakukan pinjaman di BRI selain itu juga di daerah tersebut hanya ada Bank BRI dan tidak ada Bank pesaing hal itu juga menjadikan BRI Unit Mumbulsari menjadi pusat sasaran masyarakat sekitar untuk melakukan transaksi, pinjaman, maupun simpanan.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama membahas strategi pemasaran dan menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan ini dengan peneliti adalah penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran word of mouth dan experiential dalam mencapai target sedangkan peneliti membahas tentang strategi pemasaran produk pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNIS Cabang Probolinggo.²⁵

5. Hifdiyatul Ikaromah (2018) dengan judul “Strategi Promosi Tabungan Simpatik di Bank Syariah Mandiri KC Situbondo” dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Situbondo menggunakan 4 bauran promosi diantaranya: periklanan (media cetak, media sosial, media elektronik), personal selling (secara *door to door*), promosi penjualan (kelembaga pendidikan dan pesantren), publisitas (bekerjasama antar lembaga pendidikan, pesantren dan diluar sekolah seperti ibu-ibu PKK, Instansi, dan lain-lain).

²⁵Heni Dwi Wardani, “Strategi Pemasaran Word og Mouth dan Experiential dalam Mencapai Target Pemasaran PT. Bank BRI Unit Mumbulsari”, (Skripsi, IAIN Jember,Jember,2017).9

Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan strategi marketing dan juga sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan ini dengan peneliti adalah penelitian ini membahas tentang strategi promosi tabungan simpatik di BSM KC Situbondo sedangkan peneliti membahas tentang strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNIS Cabang Probolinggo.²⁶

6. Maulida Zulfa Rahmannisa (2018) dengan judul “Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus” dari hasil penelitian dapat disimpulkan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasbaah produk tanungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari 4P yaitu Produk, harga, tempat dan promosi, dan STP (*Segmentation, taergeting, positioning*). Kendala yang dihadapi BPRS Suriyah Cabang Kudus yaitu promosi yang dilakukan kurang maksimal dan adanya masyarakat yang kurang mengenal BPRS sehingga menyebabkan masyarakat kurang tertarik menabung di BPRS.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan strategi marketing, sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, dan sama-sama menggunakan metode pengumpulan data wawancara, observasi dengan pihak Bank. Perbedaan penelitian ini dengan

²⁶Hidayatul Ikaromah,”Strategi Promosi Tabungan Simpatik di Bank Syariah Mandiri KC Situbondo”, (Skripsi, IAIN Jember,Jember,2018),7.

peneliti adalah penelitian ini membahas tentang produk tabungan iB Tasya Haji Baitullah sedangkan peneliti membahas tentang produk pembiayaan Griya ib Hasanah (Kepemilikan Rumah), Penelitian ini objek penelitiannya di BPRS Suriyah Cabang Kudus sedangkan peneliti objek penelitiannya di BNI Syariah KC Probolinggo.²⁷

7. Ridha Rusyda Marhan (2018) dengan judul “Strategi Pemasaran pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gresik dan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Sidoarjo” dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri dan Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam memasarkan produknya adalah dengan menggunakan strategi *segmentation* yang terbagi ke beberapa segmen dan berfokus pada segmen ritel, *targeting* menargetkan kalangan menengah keatas dan menengah kebawah, *positioning* memposisikan diri sebagai mitra anggota dan *differentiation* pembedanya dengan produk unggulan. Selanjutnya menerapkan konsep bauran pemasaran 4P yang terdiri dari *product, place, price, promotion*. Selain itu juga menerapkan aspek pemasaran syariah yaitu teistis (*rabbaniyah*), etis (*aklaqiyah*), realistis (*al-waqi'iyah*), dan humanistik (*insaniyyah*).

Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran, sama-sama menggunakan

²⁷ Maulida Zulfa Rahmannisa, “Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan ib Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus”, (skripsi, UIN Walisongo Semarang, Semarang, 2018), 13.

penelitian kualitatif, dan sama-sama menggunakan metode pengumpulan data wawancara, observasi dengan pihak Bank. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu terletak pada objek penelitian. Penelitian ini memilih objek di PT Syariah Mandiri KC Gresik dan PT BRIS KC Sidoarjo sedangkan peneliti memilih objek di BNI Syariah KC Probolinggo.²⁸

8. Sella Anjarsari (2018) dengan judul “ Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Usaha Mikro (Studi Kasus pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan)” dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Metro Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah yaitu dengan pemasaran secara *canvassing* (silaturahmi terhadap instansi-instansi), penawaran pada keluarga para karyawan BPRS Metro Madani, pemasaran pada teman dekat, pemasaran dengan penawaran di pasar-pasar, serta pemasaran ditoko-toko. Dan dalam memasarkan sebuah produk BPRS Metro Madani menggunakan bauran pemasaran seperti 4P (*Place, price, promotion, product*).

Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi marketing, dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu penelitian ini membahas tentang produk pembiayaan murabahah pada

²⁸ Ridha Rusyda Marhan, “Strategi pemasaran pada PT Bank Syariah Mandiri KC Gresik dan PT BRIS KC Sidoarjo”, (skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Yogyakarta, 2018), 8.

usaha mikro, sedangkan peneliti membahas tentang produk pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah.²⁹

9. Kartika Ayundari (2018) dengan judul “Pelaksanaan Strategi Pemasaran Bank SUMUT Syariah KCP Multatuli dalam upaya meningkatkan nasabah” dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan Bahwa strategi pemasaran pada bank Sumut Syariah KCP Multatuli dilakukan dengan meningkatkan pengembangan produk, meningkatkan pelayanan kepada nasabah, promosi yang harus lebih dikuatkan dengan dukungan oleh penduduk, promosi dengan IT harus lebih digencarkan, meningkatkan promosi di berbagai lokasi strategis lainnya. Kendala yang dihadapi yaitu persaingan antar bank, peran *funding officer*, dan pembagian bagi hasil. Penerapan strategi pemasaran ini harus dilakukan dengan sebaik-baiknya supaya mendapat hasil yang maksimal.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi marketing, dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu terletak pada objek penelitian. Penelitian ini meneliti di Bank SUMUT Syariah KCP Multatuli, sedangkan peneliti meneliti di BNI Syariah KC Probolinggo.³⁰

10. Wanti Ningsih (2020) dengan judul “strategi marketing dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro studi kasus di BRI Syariah KCP

²⁹ Sella Anjarsari, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Usaha Mikro studi kasus pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan”, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, Lampung, 2018), 6.

³⁰ Kartika Ayundari, “pelaksanaan strategi pemasaran Bank Sumut Syariah KCP Multatuli dalam upaya meningkatkan nasabah”, (skripsi, UIN Sumatera Utara Medan, Sumut, 2018), 5.

Metro” dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa BRI Syariah KCP Metro telah melaksanakan strategi marketing dengan menggunakan bauran pemasaran yang meliputi *product, place, price, promotion, people, process, physical evidence*, namun bauran pemasaran *promotion* terdapat promosi yang dianggap kurang efektif seperti promosi lewat komunitas, pengiklanan dengan melalui media elektronik seperti FB, IG, Twitter. Kemudian pada promosi penjualan, meskipun BRIS KCP Metro telah melakukan promosi penjualan dengan memberikan diskon margin, namun hal tersebut belum mampu meningkatkan pembiayaan usaha mikro. Karena dari sekian promosi yang dilakukan BRIS KCP Metro dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro hanya beberapa promosi yang dianggap efektif, seperti sistem jemput bola, *cavassing* atau *door to door* dan *open table*.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan strategi marketing, sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, dan sama-sama menggunakan metode pengumpulan data wawancara, observasi dengan pihak Bank. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti adalah penelitian ini membahas tentang produk pembiayaan usaha mikro, sedangkan peneliti membahas tentang produk pembiayaan Griya iB Hasanah.³¹

³¹ Wanti Ningsih, “Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro di BRIS KCP Metro”, (Skripsi, IAIN Metro, Metro, 2020), 6.

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama / tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
1.	Shohibul Ulum / 2016, Institut Agama Islam Negeri Jember	“Strategi Pemasaran Mesin Electronic Data Capture (EDC) PT. Bank Central Asia (BCA) KCU Jember”	a.sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.	a.peneliti terdahulu membahas tentang pemasaran pada Mesin Electronic Data Capture (EDC) b.peneliti sekarang membahas tentang strategi pemasaran pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah.	Strategi yang digunakan untuk memasarkan Mesin Electronic Data Capture (EDC) PT. Bank Central Asia (BCA) KCU Jember, produk yang dipasarkan sangatlah dibutuhkan oleh masyarakat saat ini terutama dalam bertransaksi yang aman, nyaman dan tidak adanya pembebanan biaya/ harga pada merchant, distribusinya yang cukup luas dan didukung oleh para marketing yang ulet, gigih, sabar, pantang menyerah untuk memasarkan hingga sampai tangan masyarakat.
2.	Zulfian Ainur Rofiq /2016, Institut Agama Islam Negeri Jember.	“Strategi Promosi Produk Bank Syariah Studi Kasus Bank Syariah Mandiri (BSM) KC Banyuwangi”	a.Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	a.peneliti terdahulu membahas tentang strategi promosi produk tabungan di BSM KC Banyuwangi b.peneliti	strategi promosi produk yang dilakukan oleh bank Syariah Mandiri (BSM) KC Banyuwangi yang menggunakan periklanan, personal selling

No	Nama / tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
				sekarang membahas tentang strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNIS Cabang Probolinggo.	dan publisitas di sektor pembiayaan. Sedangkan di sektor pendaan dan jasa menggunakan periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publikasi.
3.	Nur Hana/ 2017, Institut Agama Islam Negeri Jember	Analisis Strategi Marketing Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang”	a.sama-sama membahas strategi marketing b.sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	a.peneliti terdahulu membahas tentang strategi marketing produk tabungan Mabrur Junior di BSM b.peneliti sekarang membahas tentang strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah di BNIS dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNIS KC Probolinggo.	strategi yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan Mabrur Junior diantaranya bebas biaya pendaftaran dan biaya bulanan yang ringan, dalam mempromosikan produk menggunakan <i>personal selling door to door, advertising, mengikuti event-event</i> dalam acara tertentu serta sosialisasi kesekolah dan podok pesantren
4.	Heni Dwi Wardani /2017, Institut Agama Islam Negeri Jember	“Strategi Pemasaran Word of Mouth dan Expriential dalam Mencapai Target Pemasaran	a.sama-sama membahas strategi pemasaran b.sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	a.peneliti terdahulu membahas tentang strategi pemasaran word of mouth dan experiential dalam	pemasaran word of mouth dalam mencapai target pemasaran yaitu dengan melakukan pemsaran secara langsung ataupun

No	Nama / tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
		PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Mumbulsari”		mencapai target b.peneliti sekarang membahas tentang strategi pemasaran produk pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah.	tidak langsung seperti melakukan sosialisasi yang dilakukan di BRI Unit Mumbulsari sangat mempermudah tiap mantri untuk mendapatkan konsumen khususnya di daerah Mumbulsari sosialisasi yang ditujukan kepada pedagang, kelompok tani, kelompok ternak dll juga berjalan dengan baik karena untuk membuat usaha pastinya membutuhkan modal, banyak masyarakat yang melakukan pinjaman di BRI selain itu juga di daerah tersebut hanya ada Bank BRI dan tidak ada Bank pesaing hal itu juga menjadikan BRI Unit Mumbulsari menjadi pusat sasaran masyarakat sekitar untuk melakukan transaksi, pinjaman, maupun simpanan.

No	Nama / tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
5.	Hifdiyatul Ikaromah /2018, Institut Agama Islam Negeri Jember.	“Strategi Promosi Tabungan Simpatik di Bank Syariah Mandiri KC Situbondo”	a.sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	a.peneliti terdahulu membahas tentang strategi promosi tabungan simpatik di BSM KC Situbondo b.peneliti sekarang membahas tentang strategi pemasaran pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNIS Cabang Probolinggo.	strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Situbondo menggunakan 4 bauran promosi diantaranya: periklanan (media cetak, media sosial, media elektronik), personal selling (secara <i>door to door</i>), promosi penjualan (kelembaga pendidikan dan pesantren), publisitas (bekerjasama antar lembaga pendidikan, pesantren dan diluar sekolah seperti ibu-ibu PKK, Instansi, dan lain-lain).
6.	Maulida Zulfa Rahmannisa/2018, UIN Walisongo Semarang.	“Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus”	a.sama-sama menggunakan penelitian kualitatif b.sama-sama membahas tentang strategi pemasaran	a.peneliti sekarang membahas tentang produk pembiayaan Griya iB Hasanah b.peneliti terdahulu membahas tentang produk tabungan ib Tasya Haji Baitullah	strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus menggunakan bauran pemasaran atau <i>marketing mix</i> yang terdiri dari 4P yaitu Produk, harga, tempat dan

No	Nama / tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
					promosi, dan STP (<i>Segmentation, taergeting, positioning</i>).
7.	Ridha Rusyda Marhan /2018, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	“Strategi Pemasaran pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gresik dan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Sidoarjo”	a.sama-sama membahas tentang strategi pemasaran b.sama-sama menggunakan metode pengumpulan data wawancara, dan observasi dengan pihak Bank.	a.peneliti terdahulu melakukan objek penelitian di bank Syariah Mandiri KC Gresik dan PT. BRIS KC Sidoarjo. b.peneliti sekarang melakukan objek penelitian di BNIS KC Probolinggo	strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri dan Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam memasarkan produknya adalah dengan menggunakan strategi <i>segmentation</i> yang terbagi kebebrapa segmen dan berfokus pada segmen ritel, <i>targeting</i> menargetkan kalangan menengah keatas dan menengah kebawah, <i>positioning</i> memposisikan diri sebagai mitra anggota dan <i>differentiation</i> pembedanya dengan produk unggulan. Selanjutnya menerapkan konsep bauran pemasaran 4P yang terdiri dari <i>product, place, price, promotion</i> . Selain itu juga menerapkan aspek pemasaran syariah yaitu teistis

No	Nama / tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
					(<i>rabbaniyah</i>), etis (<i>aklaqiyah</i>), realistis (<i>al-waqi'iyah</i>), dan humanistik (<i>insaniyyah</i>).
8.	Sella Anjarsari /2018, UI N Raden Intan Lampung	“Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Usaha Mikro (Studi Kasus pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan)”	a.sama-sama membahas strategi pemasaran b.sama-sama menggunakan penelitian kualitatif	a.peneliti terdahulu membahas tentang produk pembiayaan murabahah pada usaha mikro b.peneliti sekarang membahas tentang produk pembiayaan Griya iB Hasanah	strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Metro Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah yaitu dengan pemasaran secara <i>canvassing</i> (silaturrahmi terhadap instansi-instansi), penawaran pada keluarga para karyawan BPRS Metro Madani, pemasaran pada teman dekat, pemasaran dengan penawaran di pasar-pasar, serta pemasaran ditoko-toko. Dan dalam memasarkan sebuah produk BPRS Metro Madani menggunakan bauran pemasaran seperti 4P (<i>Place, price, promotion, product</i>).

No	Nama / tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
9.	Kartika Ayundari /2018, UIN Sumatera Utara Medan.	“Pelaksanaan Strategi Pemasaran Bank SUMUT Syariah KCP Multatuli dalam upaya meningkatkan nasabah”	a.sama-sama membahas tentang strategi marketing	a.peneliti dahulu meneliti objek di bank SUMUT Syariah KCP Multatuli b.peneliti sekarang meneliti objek di BNI Syariah KC Probolinggo	strategi pemasaran pada bank Sumut Syariah KCP Multatuli dilakukan dengan meningkatkan pengembangan produk, meningkatkan pelayanan kepada nasabah, promosi yang harus lebih dikuatkan dengan dukungan oleh penduduk, promosi dengan IT harus lebih digencarkan, meningkatkan promosi di berbagai lokasi strategis lainnya.
10.	Wanti Ningsih /2020,IAI N Metro	“strategi marketing dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro studi kasus di BRI Syariah KCP Metro”	a.sama-sama menggunakan penelitian kualitatif b.sama-sama membahas tentang strategi marketing	a.peneliti terdahulu fokus objek penelitian di BRI Syariah KCP Metro b.peneliti sekarang fokus objek penelitian di BNI Syariah KC Probolinggo	BRI Syariah KCP Metro telah melaksanakan strategi marketing dengan menggunakan bauran pemasaran yang meliputi <i>product, place, price, promotion, people, process, physical evidence</i> .

Sumber: Data diolah

Dapat disimpulkan dari pemaparan diatas yaitu adanya perbedaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang antara lain,pertama adanya perbedaan fokus penelitian, peneliti terdahulu membahas tentang Strategi Marketing Produk Tabungan Mabrur Junior, peneliti sekarang

membahas tentang strategi marketing pembiayaan Griya ib Hanasah dalam meningkatkan jumlah nasabah. Kedua, adanya perbedaan objek penelitian. Peneliti terdahulu melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Lumajang, peneliti sekarang melakukan penelitian di BNI Syariah KC Probolinggo. Selain itu adapun persamaan dari peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang antara lain, pertama peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama membahas tentang strategi marketing. Kedua peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

B. Kajian Teori

1. Strategi marketing

a. Definisi Strategi Marketing

Strategi ialah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai perusahaan.³² Pemasaran (marketing) adalah suatu usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.³³ Selain itu menurut Philip Kotler mendefinisikan marketing adalah proses dimana seseorang atau kelompok dapat memenuhi *need* dan *want* melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran barang dan jasa. Sedangkan dari sudut pandang manajerial dikutip pengertian marketing menurut *The American Marketing Association*, marketing adalah proses

³²H. Buchari Alma, *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*(Bandung: Alfabeta,2016),199.

³³Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 5.

merencanakan konsepsi, harga, promosi, dan distribusi ide, menciptakan peluang yang memuaskan individu dan sesuai dengan tujuan organisasi.³⁴

Seiring dengan kemajuan perekonomian dari *economics of scarcity* (ekonomi masih langka) berubah ke *economics of relative plenty* (ekonomi relatif banyak, barang membanjiri pasar), maka para produsen membutuhkan pengetahuan pemasaran yang makin lama makin canggih pula taktik dan strateginya. Dengan berkembangnya pemasaran, maka berkembang pulalah jenis barang dan jasa yang dihasilkan. Demikian pula makin banyak barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat. Jika zaman dahulu orang belum mengenal televisi, komputer, deodoran, fast food, dan sebagainya, maka sekarang orang mencari sumbangan besar terhadap meningkatnya barang dan jasa yang diperlukan sehingga meningkatkan kemakmuran masyarakat. Antara kemajuan perusahaan dan pemasaran terdapat hubungan yang saling menunjang, artinya makin maju perusahaan, makin canggih pula strategi pemasaran yang digunakan. Makin canggih strategi pemasaran yang digunakan makin menunjang kemajuan perusahaan. Demikianlah kita lihat, peranan pemasaran di dalam sebuah perusahaan makin meningkat, sejalan dengan perkembangan perusahaan itu sendiri.³⁵

³⁴H. Buchari Alma, *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*(Bandung: Alfabeta,2016), 199.

³⁵Buchari Alma, *pengantar bisnis*, (Bandung: Alfabeta,2015), 283.

Strategi pemasaran (Marketing) merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.³⁶ Selain itu strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya. Bauran pemasaran ini haruslah diatur sedemikian rupa sehingga akan dapat berfungsi sebagai senjata yang tepat dalam pertandingannya dipasar melawan pesaing-pesaingnya. Oleh karena itu maka senjata itu harus disesuaikan dengan keadaan pasar serta kondisi persaingan yang dihadapinya.³⁷

Sedangkan menurut Sojan Assauri strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan

³⁶Dimas Hendika, "Analisis Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Batik Di Jeng Solo)", Jurnal Ilmiah, 1(Desember, 2015),11.

³⁷Indriyo Gitosudarmo, *manajemen pemasaran*(Yogyakarta: BPFE,1998), 124.

keadaan persaingan yang selalu berubah.³⁸ Strategi pemasaran bukanlah merupakan suatu tindakan yang khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang berkaitan dengan usaha-usaha pemasaran pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan. Jadi strategi marketing merupakan proses atau model untuk memungkinkan perusahaan memusatkan produk yang ditawarkan pada peluang terbaik untuk meningkatkan penjualan dan mencapai keunggulan kompetitif secara berkelanjutan.

b. Langkah-langkah pemasaran

Adapun langkah-langkah dalam strategi pemasaran meliputi tiga tahap yaitu *segmentasi, targetting dan positioning*:

- 1) Segmentasi pasar, adalah kegiatan mengidentifikasi kelas-kelas dalam masyarakat yang mempunyai perbedaan kebutuhan jasa bank, sehingga dengan segmentasi tersebut pasar yang heterogen dapat dibagi-bagi dalam beberapa segmen pasar yang bersifat homogen. Segmentasi pasar adalah tindakan mencari dan membentuk kelompok pembeli yang berbeda-beda yang kemudian dikumpulkan dalam suatu segmen pasar yang sama. Untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaingnya, perusahaan perlu memilih pasar sasaran yang akan dilayani sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan.

2) Strategi penentuan pasar sasaran (*Targetting*)

³⁸ Sofjan Assauri, *manajemen pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 15.

Target adalah sekumpulan nasabah yang dituju yang akan dilayani dengan program pemasaran tertentu. *Tergetting* adalah mengenal dan mengevaluasi target pasar yang dituju sehingga dapat ditentukan sasaran yang lebih terarah yang berkemungkinan besar membeli produk yang akan dipasarkan.³⁹ Jadi tujuan *tergetting* adalah memberikan kepuasan kepada konsumen. Semakin meningkat kepuasan konsumen maka permintaan dan keuntungan perusahaan juga meningkat.

- 3) *Positioning*, merupakan cara merancang produk dan citra perusahaan agar tercipta kesan yang baik dan unik dalam benak pasar yang dituju sehingga akan adanya keunggulan yang dipersepsikan pada produk tersebut.⁴⁰ Jadi *positioning* adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memasuki pikiran konsumen agar produk-produk perusahaan tersebut memiliki citra atau *image* tersendiri bagi konsumen.

2. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan strategi yang sesuai dengan kebutuhan bank.

³⁹ Sutanto,dkk, *manajemen pemasaran bank syariah*, (Bandung: Pustaka Setia,2013),232.

⁴⁰ Al-Arif, Muhammad Nur Rianto, *Dasar-Dasar pemasaran Bank*, (Bandung: Alfabeta,2012),100.

Kotler menyebutkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P yaitu *product*(produk), *price*(harga), *place*(tempat), *promotion* (promosi).⁴¹

- a. *Product* (produk), yaitu keseluruhan konsep objek yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Tidak hanya membeli bentuk fisik dari produk tersebut, tetapi juga membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut. Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut:

- 1) Penentuan logo dan moto

Logo merupakan ciri khas untuk bank sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi bank dalam melayani masyarakat. Ada istilah baru melihat logonya saja sudah banyak orang yang mengetahuinya. Atau dengan moto sudah banyak orang yang mengenalnya. Logo dan moto disebut sebagai ciri produk. Jadi baik logo ataupun moto harus dirancang dengan benar dan sungguh-sungguh. Pertimbangan pembuatan logo dan moto adalah memiliki makna, menarik perhatian, dan mudah diingat.

- 2) Menciptakan merek

Karena jasa memiliki aneka ragam, maka setiap jasa harus memiliki nama. Dengan tujuan supaya mempermudah masyarakat

⁴¹ Philip kotler, *manajemen pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 2008),24.

untuk mengenal dan mengingatnya. Merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, mempertimbangkan faktor-faktor antara lain: mudah diingat, terkesan hebat dan modern, memiliki arti, serta menarik perhatian.

3) Menciptakan kemasan

Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada nasabah disamping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis-jenisnya seperti cek, bilyet, giro, kartu kredit dan buku tabungan.

- c. *Price* (harga), adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk. Harga sering merupakan elemen yang paling cepat berubah. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa perbankan. Tujuan dari penentuan harga ini adalah untuk menjadikan produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasarkan dan juga dengan penentuan harga ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah. Produk yang dikeluarkan dan penetapan harga yang telah ditentukan agar dapat diterima masyarakat atau nasabah dan sirasakan manfaatnya serta kelebihan produk pesaing tentu harus dilakukan promosi dan sosialisasi.

d. *Place* (tempat), adalah jejaring dimana produk dan jasa bank disediakan dan dimanfaatkan oleh nasabah. Dalam pemasaran perbankan, pemilihan lokasi (tempat) sangat penting dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk petak mesin ATM, bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang harus dituju sesuai dengan inti bisnis dari perusahaan.

e. *Promotion* (promosi), adalah komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan. Pada umumnya bauran promosi terdiri dari:

1) Periklanan (*advertising*)

Sasaran promosi yang paling banyak dilakukan oleh perbankan dalam rangka mengkomunikasikan produk dan jasa bank. Promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang, spanduk, brosur, koran majalah, televisi dan radio.

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Kegiatan promosi yang dilakukan dengan menjual secara langsung kepada pelanggan. Kegiatan promosi penjualan bisa berupa pemberian diskon, pemberian voucher belanja produk, pemberian hadiah langsung, atau dengan kegiatan kontes.

3) Publisitas (*pubicity*)

Bentuk promosi yang diajukan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberikan atau menyiarkan kegiatan positif perusahaan melalui sponsor atau kegiatan-kegiatan amal dan sosial.

4) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Kegiatan promosi yang dilakukan dengan melakukan penjualan secara pribadi kepada pelanggan.

3. Pembiayaan

a. Definisi Pembiayaan

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

- 1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah
- 2) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik;
- 3) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam dan istishna'
- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh
- 5) Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara pihak Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk

mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.⁴²

Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁴³

b. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu: tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan untuk tingkat mikro. Secara makro dijelaskan bahwa pembiayaan bertujuan:

- 1) Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat diakses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
- 2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk mengembangkan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat memperoleh melalui aktivitas pembiayaan.

⁴²Muhamad, *Audit dan Pengawas Syariah Pada Bank Syariah*(Yogyakarta: UII Press, 2018),28-29.

⁴³Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*(Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014),85.

Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang minus dana, sehingga dapat digulirkan.

- 3) Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.
- 4) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
- 5) Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Adapun secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:

- a) Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
- b) Upaya meminimalkan risiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.

c) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumberdaya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan *mixing* antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika sumber daya alam dan sumber daya manusianya ada, dan sumber daya modal tidak ada, maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.

d) Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana, sementara ada pihak yang kekurangan dana. Dalam kaitan dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.

Tujuan pembiayaan yang lain terdiri dari dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan:

- 1) *Profitability* yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah.
- 2) *Safety* yakni keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan

profitability dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.⁴⁴

c. Unsur-unsur kredit

Adapun unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas kredit adalah sebagai berikut:

1) Kepercayaan

Yaitu suatu keyakinan pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan (berupa uang, barang atau jasa) akan benar-benar diterima kembali dimasa tertentu dimasa datang. Kepercayaan ini diberikan oleh bank, dimana sebelumnya sudah dilakukan penelitian penyelidikan tentang nasabah baik secara interen maupun eksteren. Penelitian dan penyelidikan tentang kondisi masa lalu dan sekarang terhadap nasabah pemohon kredit.

2) Kesepakatan

Disamping unsur percaya didalam kredit juga mengandung unsur kesepakatan antar sipemberi kredit dengan si penerima kredit. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing0masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing.

3) Jangka waktu

Setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian kredit

⁴⁴Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*(Yogyakarta: Kalimedia, 2015), 4-6.

yang telah disepakati. Jangka waktu tersebut bisa berbentuk jangka pendek, jangka menengah atau jangka panjang.

4) Risiko

Adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu risiko tidak tertagihnya/macet pemberian kredit. Semakin panjang suatu kredit semakin besar risikonya demikian pula sebaliknya. Risiko ini menjadi tanggungan bank, baik risiko yang disengaja oleh nasabah yang lalai, maupun oleh risiko yang tidak sengaja. Misalnya terjadi bencana alam atau bangkrutnya usaha nasabah tanpa ada unsur kesengajaan lainnya.

5) Balas jasa

Merupakan keuntungan atas pemberian suatu kredit atau jasa tersebut yang kita kenal dengan nama bunga. Balas jasa dalam bentuk bunga dan biaya administrasi kredit ini merupakan keuntungan bank. Sedangkan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.⁴⁵

d. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diselenggarakan oleh Bank Syariah secara umum berfungsi untuk:

1) Meningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Uang tersebut dalam presentase tertentu

⁴⁵Kasmir, *Bank dan Lembaga keuangan lainnya*(Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada,2014),86-87.

ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas.

Para pengusaha menikmati pembiayaan dari bank untuk memperluas/ memperbesar usahanya baik untuk peningkatan produksi, perdagangan maupun untuk usaha-usaha rehabilitasi ataupun memulai usaha baru. Secara mendasar melalui pembiayaan terdapat suatu usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Dengan demikian dana yang mengendap di bank (yang diperoleh dari para penyimpan uang) tidaklah *idle* (diam) dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat, baik kemanfaatan bagi pengusaha maupun masyarakat.

2) Meningkatkan daya guna barang

- a. Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga *utility* bahan tersebut meningkat.
- b. Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat.

3) Meningkatkan peredaran uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel,dll. Melalui pembiayaan, peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang, karena

pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah, baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

4) Menimbulkan kegairahan berusaha

Pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank kemudian digunakan memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

5) Stabilitas ekonomi

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

- a) Pengendalian inflasi
- b) Peningkatan ekspor
- c) Rehabilitasi prsarana

d) Pemenuhan kebutuhan pokok rakyat untuk menekan arus inflasi dan untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan memegang peranan penting.

6) Jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional para usahawan memperoleh pembiayaan untuk meningkatkan usahanya.⁴⁶

e. Jenis-jenis kredit

Kredit yang diberikan bank umum dan BPR untuk masyarakat terdiri dari berbagai jenis.

Secara umum jenis-jenis kredit dapat dilihat dari berbagai segi antara lain sebagai berikut:

⁴⁶Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*(Yogyakarta: Kalimedia, 2015),8-10.

1) Dilihat dari segi kegunaan

a) Kredit investasi

Biasanya digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau membangun proyek/ pabrik baru atau untuk keperluan rehabilitasi. Contoh kredit investasi misalnya untuk membangun pabrik atau mesin-mesin. Pendek kata penggunaannya untuk suatu periode yang relatif lebih lama.

b) Digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya. Sebagai contoh kredit modal kerja diberikan untuk membeli bahan baku, membayar gaji pegawai atau biaya-biaya lainnya yang berkaitan dengan proses produksi perusahaan.

2) Dilihat dari segi tujuan kredit

a) Kredit produktif

Kredit yang digunakan untuk meningkatkan usaha atau produksi atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa. Sebagai contoh kredit untuk membangun pabrik yang nantinya akan menghasilkan barang, kredit pertanian akan menghasilkan produk pertanian atau kredit industri lainnya.

b) Kredit konsumtif

Kredit yang digunakan untuk dikonsumsi secara pribadi. Dalam kredit ini tidak ada penambahan barang dan

jasa yang dihasilkan, karena memang untuk digunakan atau dipakai oleh seseorang atau badan usaha. Sebagai contoh kredit untuk perumahan, kredit mobil pribadi, kredit perabotan rumah tangga, dan kredit konsumtif lainnya.

c) Kredit perdagangan

Kredit yang digunakan untuk perdagangan, biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut. Kredit ini sering diberikan kepada supplier atau agen-agen perdagangan yang akan membeli barang dalam jumlah besar. Contoh kredit ini misalnya kredit ekspor dan impor.

3) Dilihat dari segi jangka waktu

a) Kredit jangka pendek

Merupakan kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari 1 tahun atau paling lama 1 tahun dan biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja. Contoh untuk peternakan misalnya kredit peternakan ayam atau jika untuk pertanian misalnya tanaman padi atau palawija.

b) Kredit jangka menengah

Jangka waktu kreditnya berkisar antara 1 tahun sampai dengan 3 tahun, biasanya untuk investasi. Sebagai

contoh kredit untuk pertanian seperti jeruk, atau peternakan kambing.

c) Kredit jangka panjang

Merupakan kredit yang masa pengembaliannya paling panjang. Kredit jangka panjang waktu pengembaliannya diatas 3 tahun atau 5 tahun. Biasanya kredit ini untuk investasi jangka panjang seperti perkebunan karet, kelapa sawit, atau manufaktur dan kredit konsumtif seperti kredit perumahan.

4) Dilihat dari segi jaminan

a) Kredit dengan jaminan

Kredit yang diberikan dengan suatu jaminan, jaminan tersebut dapat berbentuk barang berwujud atau tidak berwujud atau jaminan orang. Artinya setiap kredit yang dikeluarkan akan dilindungi senilai jaminan yang diberikan si calon debitur.

b) Kredit tanpa jaminan

Merupakan kredit yang diberikan tanpa jaminan barang atau orang tertentu. Kredit jenis ini diberikan dengan melihat prospek usaha dan karakter serta loyalitas atau nama baik si calon debitur selama ini.

5) Dilihat dari sektor usaha

- a) Kredit pertanian, merupakan kredit yang dibiayai untuk sektor perkebunan atau pertanian rakyat.

Sektor usaha pertanian dapat berupa jangka pendek atau jangka panjang.

- b) Kredit peternakan, dalam hal ini untuk jangka pendek misalnya peternakan ayam dan jangka panjang kambing atau sapi.
- c) Kredit industri, yaitu kredit untuk membiayai industri kecil, menengah atau besar.
- d) Kredit pertambangan, jenis usaha tambang yang dibiayai biasanyai dalam jangka panjang, seperti tambang emas, minyak atau timah.
- e) Kredit pendidikan, merupakan kredit yang diberikan untuk membangun sarana dan prasarana pendidikan atau dapat pula berupa kredit untuk para mahasiswa.
- f) Kredit profesi, diberikan para profesional seperti, dosen, dokter, atau pengacara.
- g) Kredit perumahan, yaitu kedit untuk membiayai pembangunan atau pembelian perumahan.
- h) Dan sektor lainnya.⁴⁷

⁴⁷Kasmir, *Bank dan Lembaga keuangan lainnya*(Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada,2014),91-93.

f. Prinsip-prinsip pemberian kredit

Sebelum suatu fasilitas kredit diberikan, bank harus merasa yakin bahwa kredit yang diberikan benar-benar akan kembali. Keyakinan tersebut diperoleh dari hasil penilaian kredit sebelum kredit tersebut disalurkan. Penilaian kredit oleh bank dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mendapatkan keyakinan tentang nasabahnya, seperti melalui prosedur penilaian yang benar.

Dalam melakukan penilaian kriteria-kriteria serta aspek penilaiannya tetap sama. Begitu pula dengan ukuran-ukuran yang ditetapkan sudah menjadi standar penilaian setiap bank. Biasanya kriteria penilaian yang harus dilakukan oleh bank untuk mendapatkan nasabah yang benar-benar menguntungkan dilakukan dengan analisis 5C dan 7P.

Adapun penjelasan untuk analisis dengan 5C kredit antara lain sebagai berikut:

a) *Character*

Suatu keyakinan bahwa, sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan kredit benar-benar dapat dipercaya, hal ini dari latar belakang si nasabah baik yang bersifat latar belakang pekerjaan maupun bersifat pribadi seperti: cara hidup atau gaya hidup yang dianutnya, keadaan keluarga, hoby, dan sosial standingnya. Ini semua merupakan “kemauan” membayar.

b) *Capacity*

Untuk melihat nasabah dalam kemampuannya dalam bidang bisnis yang dihubungkan dengan pendidikannya, kemampuan bisnis juga diukur dengan kemampuannya dalam memahami tentang ketentuan-ketentuan pemerintah. Begitu pula dengan kemampuannya dalam menjalankan usahanya selama ini. Pada akhirnya akan terlihat “kemampuannya” dalam mengembalikan kredit yang disalurkan.

c) *Capital*

Untuk melihat penggunaan modal apakah efektif, dilihat laporan keuangan (neraca dan laporan laba rugi) dengan melakukan pengukuran seperti dari segi *likuiditas*, *solvabilitas*, *rentabilitas*, dll. Capital juga harus dilihat dari sumber mana saja modal yang ada sekarang ini.

d) *Collateral*

Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah kredit yang diberikan. Jaminan juga harus diteliti keabsahannya sehingga jika terjadi suatu masalah, maka jaminan yang dititipkan akan dapat dipergunakan secepat mungkin.

e) *Condition*

Dalam menilai kredit hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi dan politik sekarang dan dimasa yang akan datang sesuai

sektor masing-masing, serta prospek usaha dari sektor yang ia jalankan. Penilaian prospek bidang usaha yang dibiayai hendaknya benar-benar memiliki prospek bidang usaha yang dibiayai hendaknya benar-benar memiliki prospek yang baik sehingga kemungkinan kredit tersebut bermasalah relatif kecil.

Kemudian penilaian kredit dengan metode analisis 7P adalah sebagai berikut:

1) *Personality*

Yaitu menilai nasabah dari segi kepribadiannya atau tingkah lakunya sehari-hari maupun masa lalunya. *Personality* juga mencakup sikap, emosi, tingkah laku, dan tindakan nasabah dalam menghadapi suatu masalah.

2) *Party*

yaitu mengklasifikasikan nasabah kedalam klasifikasi tertentu atau golongan-golongan tertentu berdasarkan modal, loyalitas serta karakternya. Sehingga nasabah dapat digolongkan ke golongan tertentu dan akan mendapatkan fasilitas yang berbeda dari bank.

3) *Purpose*

Yaitu untuk mengetahui tujuan nasabah dalam mengambil kredit, termasuk jenis kredit yang diinginkan nasabah. Tujuan pengambilan kredit dapat bermacam-macam.

Sebagai contoh apakah untuk modal kerja atau investasi, konsumtif atau produktif, dll.

4) *Prospect*

Yaitu untuk menilai usaha nasabah dimasa yang akan datang menguntungkan atau tidak, atau dengan kata lain mempunyai prospek atau sebaliknya. Hal ini penting mengingat jika suatu fasilitas kredit yang dibiayai tanpa mempunyai prospek, bukan hanya bank yang rugi, tetapi juga nasabah.

5) *Payment*

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

Semakin banyak sumber penghasilan debitur, akan semakin baik. Sengan demikian, jika salah satu usahanya merugikan dapat ditutupi oleh sektor lainnya.

6) *Pofitability*

Untuk menganalisis kemampuan nasabah dalam mencari laba. *Profitability* diukur dari periode ke periode apakah akan tetap sama atau akan semakin meningkat, apalagi dengan tambahan kredit yang akan diperolehnya.

7) *Protection*

Tujuannya adalah bagaimana menjaga agar usaha dan jaminan mendapatkan perlindungan. Perlindungan dapat berupa jaminan barang atau orang atau jaminan asuransi.⁴⁸

g. Ukuran-ukuran kualitas kredit

Untuk menentukan berkualitas atau tidaknya suatu kredit perlu diberikan ukuran-ukuran tertentu. Bank Indonesia menggolongkan kualitas kredit menurut ketentuan sebagai berikut:

1) Lancar

Suatu kredit dapat dikatakan lancar apabila:

- a) Pembayaran angsuran pokok dan atau bunga tepat waktu
- b) Memiliki mutasi rekening yang aktif
- c) Bagian dari kredityang dijamin dengan agunan tunai (*cash collateral*)

2) Dalam perhatian khusus

Dikatakan dalam perhatian khusus apabila memenuhi kriteria antara lain:

- a) Terdapat tunggakan pembayaran angsuran pokok dan atau bunga yang belum melampaui 90 hari
- b) Kadang-kadang terjadi cerukan
- c) Jarang terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan
- d) Mutasi rekening relatif aktif

⁴⁸Ibid.,94-97.

e) Didukung dengan pinjaman baru.

3) Kurang Lancar

Dikatakan kurang lancar apalagi memenuhi kriteria diantaranya:

- a) Terdapat tunggakan pembayaran angsuran pokok dan atau bunga yang telah melampaui 90 hari
- b) Sering terjadi cerukan
- c) Terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan lebih dari 90 hari
- d) Frekuensi mutasi rekening relatif rendah
- e) Terdapat indikasi masalah keuangan yang dihadapi debitur
- f) Dokumen pinjaman yang lemah

4) Diragukan

Dikatakan diragukan apabila memenuhi kriteria diantaranya:

- a) Terdapat tunggakan pembayaran angsuran pokok dan atau bunga yang telah melampaui 180 hari
- b) Terjadi cerukan yang bersifat permanen
- c) Terjadi wanprestasi lebih dari 180 hari
- d) Terjadi kapitalis bunga
- e) Dokumen hukum yang lemah, baik untuk perjanjian kredit maupun pengikatan jaminan.

5) Macet

Dikatakan macet apabila memenuhi kriteria antara lain:

- a) Terdapat tunggakan pembayaran angsuran pokok dan atau bunga yang telah melampaui 270 hari
- b) Kerugian operasional ditutup dengan pinjaman baru
- c) Dari segi hukum dan kondisi pasar, jaminan tidak dapat dicairkan pada nilai yang wajar.⁴⁹

⁴⁹Ibid.,107-108.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (*human instrumen*). Penelitian ini juga bermaksud untuk memahami apa yang dialami subjek peneliti, misalnya strategi, perilaku, motifasi, tindakan dengan cara mendeskripsikan dengan bentuk kata dan bahasa.⁵⁰

Hal ini menjadi suatu alasan penelitian menggunakan pendekatan *kualitatif deskriptif* yang mana peneliti ingin mengetahui langsung dari pelaku di tempat peneliti. Adapun jenis 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 sesuai dengan variabel-variabel yang di teliti.⁵¹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan dikantor Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Probolinggo, alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut karena strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah di BNIS

⁵⁰Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*(Bandung: Alfabeta, 2014), 2.

⁵¹Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (jakarta,: PT Bumi Aksara, 2014), 26.

Kantor Cabang Probolinggo memberikan pengaruh besar dalam hal meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo, sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana cara atau strategi marketing itu dilakukan di bank tersebut.

C. Subyek Penelitian

Dalam karya ilmiah, subjek penelitian yang di maksudkan yaitu melaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana data akan dicari dan difilter sehingga validitasnya terjamin.⁵² Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data yang bersifat kualitatif.

Dalam penelitian kualitatif, teknik sampling yang di gunakan adalah *purposive*, seperti di kemukakan bahwa *purposive*, Adalah 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 di teliti.⁵³

Data penelitian ini di dapat langsung dari Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Probolinggo yang berupa dokumen-dokumen, wawancara antara lain:

1. Bapak Suyatna Selaku Pimpinan BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo

⁵²Tim Penyusun, *Karya Ilmiah*, 47.

⁵³Sugiono, *Metode Penelitian Kombinas*(Bandung, Alfabeta, 2016), 301.

2. Bapak Taufik Hardy Qurniawan selaku *Operational Manager* BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo
3. Bapak Trendy selaku *Consumer Sales Head* BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo
4. Ibu Windy selaku *Customer Service* BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo
5. Bapak Latif Fathur selaku nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo
6. Bapak Bowo selaku nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo
7. Ibu Putri selaku nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik utama dalam penelitian, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber.⁵⁴ Penelitian dibutuhkan objek atau sasaran penelitian yang objek atau sasarannya tersebut umumnya eksis dalam jumlah yang besar atau banyak. Teknik pengumpulan data adalah cara untuk memperoleh data-data yang diperlukan untuk penelitian.

Teknik pengumpulan data pada metode penelitian kualitatif ada 3 macam, yaitu :

1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab atau wawancara dengan si penjawab

⁵⁴Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R&D* (Bandung, Alfabeta, 2014), 228.

atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide*.⁵⁵

Adapun beberapa informan yang berpartisipasi dalam penelitian ini antara lain:

- a. Pimpinan Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Probolinggo,
- b. Operasional Manajer,
- c. Staff bagian pembiayaan

Teknik penentuan informan ini digunakan untuk memperoleh data wawancara tentang:

- 1) Bagaimana strategi marketing pembiayaan Griya BNI iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Probolinggo?
- 2) Bagaimana upaya pengendalian strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Probolinggo?

2. Dokumentasi

Selain wawancara, dibutuhkan dokumen-dokumen untuk memperkuat hasil penelitian dari berbagai sumber seperti buku, internet, Koran, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber dokumentasi karena penulis memerlukan sumber pendukung atau tambahan.

⁵⁵Moh Nasir, *Metode Penelitian*(Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 170.

Adapun data yang diperoleh dari metode dokumenter ini adalah:

- a. Foto penelitian
 - b. Sejarah berdirinya Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Probolinggo.
 - c. Visi dan misi Bank Negara Indonesia Cabang Probolinggo.
 - d. Struktur Organisasi Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Probolinggo.
 - e. Produk-produk Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Probolinggo.
 - f. Legalitas hukum Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Probolinggo.
 - g. Denah lokasi Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Probolinggo.
3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan informasi dengan cara membaca literatur dan catatan lainnya yang berhubungan dengan akad murabahah yang di terapkan untuk menunjang penelitian ini, dengan mengutip beberapa teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

E. Analisis Data

proses analisis data diambil dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang telah diperoleh baik itu catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kondensasi data

Dalam kondensasi data merujuk kepada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

a. *Selecting*

Peneliti harus bertindak selektif, yaitu menentukan dimensi-dimensi mana yang lebih penting, hubungan-hubungan mana yang mungkin lebih bermakna, dan sebagai konsekuensinya, informasi apa yang dapat dikumpulkan dan dianalisis. Informasi-informasi yang dikumpulkan berhubungan dengan strategi marketing pembiayaan Griya ib Hasanah. Peneliti mengumpulkan seluruh informasi tersebut untuk memperkuat penelitian.⁵⁶

b. *Focusing*

Memfokuskan data merupakan bentuk praanalisis. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan fokus penelitian. Tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap seleksi data. Peneliti hanya membatasi data yang berdasarkan fokus penelitian, yaitu yang berhubungan dengan strategi marketing pembiayaan Griya ib Hasanah.

⁵⁶ Mathew B. Miles, dkk, *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*, (USA: Sage Publications, 2014), 12.

c. *Abstracting*

Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya. Pada tahap ini, data yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan data. Data yang dievaluasi yaitu yang berhubungan dengan strategi marketing pembiayaan Griya ib Hasanah.⁵⁷

d. *Simplifying dan Transforming*

Data dalam penelitian ini selanjutnya disederhanakan dan diinformasikan dalam berbagai cara, yakni melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan data dalam suatu pola yang lebih luas, dan sebagainya.

2. Penyajian data (*Data Display*)

Data display adalah kumpulan informasi yang terorganisir dan sistematis yang digunakan untuk menarik kesimpulan dan aksi yang akan dilakukan selanjutnya. Peneliti dapat dengan mudah memahami makna dari sebuah data yang sudah ada dan dapat merencanakan langkah kerja selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami. Peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat dan tabel guna menggambarkan sistem manajemen industri dan tingkat pendapatan.

⁵⁷ Ibid.,19

3. Kesimpulan, penarikan/verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi juga mungkin tidak karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah pada penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

Peneliti menyimpulkan data sesuai dengan fokus penelitian yang telah dikemukakan. Data-data yang sudah dideskripsikan disimpulkan secara umum. Simpulan tersebut meliputi, strategi marketing pembiayaan Griya ib Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo. Setelah disimpulkan, analisis data kembali pada tahap awal sampai semua data lengkap.

F. Teknik Keabsahan Data

Pada penelitian ini, pengujian keabsahan data yang diperoleh menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan dan perbandingan terhadap data itu. Ada tiga teknik

triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi konsep, dan triangulasi metode.⁵⁸

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi 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.

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 Negara Indonesia Syariah Cabang Probolinggo
- b. Menyusun proposal penelitian .
- c. Mengurus surat izin (jika diberlakukan).

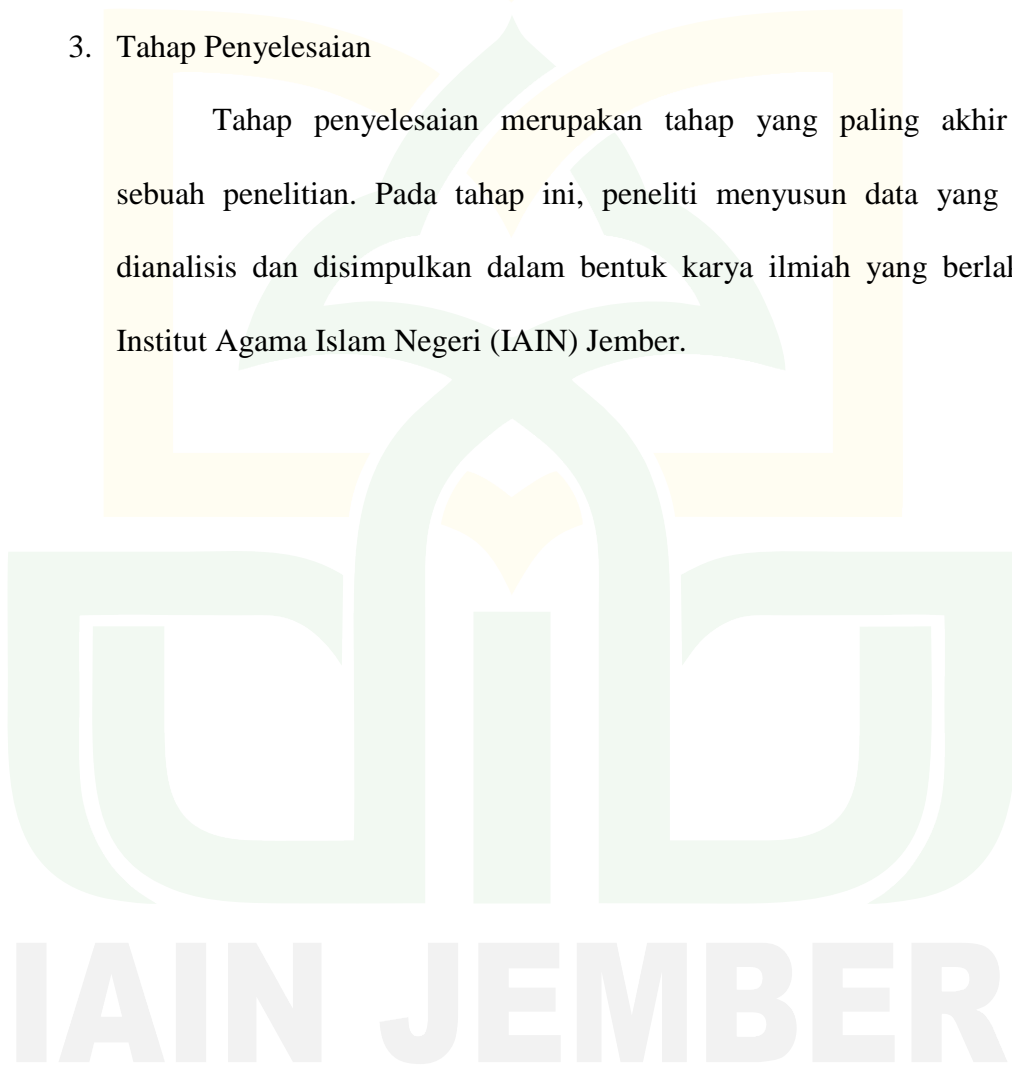
⁵⁸Lexi J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009),330.

2. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Pada tahap ini peneliti mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data. Yaitu kepada pimpinan, operasional manajer, dan staff bagian pembiayaan di Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Probolinggo.

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 Objek Penelitian

1. Sejarah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso

PT bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso atau biasa disebut BSM KC Bondowoso yang didirikan pada tanggal 28 Desember 2010 beralamat di Jl. PB Sudirman no. 1 Bondowoso. Letaknya strategis disebelah timur selatan alun-alun Raden Bagus Asra Ki Ronggo atau tepat disebelah timur Pendopo Bupati Bondowoso, merupakan salah satu faktor pendukung masyarakat Bondowoso lebih mudah mengenalinya.

Bank Syarian Mandiri Kantor Cabang Bondowoso yang saat ini memiliki 25 orang karyawan merupakan salah satu unit kerja dibawah naungan konsolidasi cabang Jember, termasuk KCP Situbondo, KCP Balung Jember, Kantor Kas (KK) Pasar Tanjung Jember, KK AKBID Bina Husada Jember dan KCP Lumajang.

PT. Bank Syariah Mandiri atau biasa disebut BSM adalah salah satu anak perusahaan dari PT. Bank Mandiri (Persero). Tbk dengan kepemilikan saham sebanyak 231.648.712 lembar saham atau sebesar 99,99999966% dan 1 lembar saham oleh PT Mandiri sekuritas atau sebesar 0,00000034%.

BSM yang berkantor pusat di Wisma Mandiri I, Jl. MH. Thamrin No. 5 Jakarta, didirikan pada tanggal 25 Oktober 1999 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 November 1999. BSM mengalami pertumbuhan

dan perkembangan yang sangat pesat, terhitung per Desember 2013 BSM telah memiliki 864 kantor layanan dan 921 unit jaringan ATM Syariah Mandiri yang tersebar di 33 provinsi di seluruh Indonesia dan memiliki karyawan seluruh Indonesia sejumlah 16.945 orang. Adapun tonggak sejarah PT. Bank Mandiri Syariah adalah sebagai berikut:

- a. 1955 pendirian PT Bank Industri Nasional (PT BINA)
- b. 1967 PT BINA berubah menjadi PT Bank Maritim Indonesia
- c. 1973 PT Bank Maritim Indonesia berubah nama menjadi PT Bank Susila Bakti
- d. 1999 PT Bank Susila Bakti di konfeksi dan berubah nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri

2. Letak Geografis PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso beralamat JL. PB Sudirman no. 1 Bondowoso. Letaknya yang strategis di sebelah timur laut alun-alun Raden Bagus Asra Ki Ronggo atau tepat di sebelah timur Pendopo Bupati Bondowoso, merupakan salah satu faktor pendukung masyarakat Bondowoso lebih mudah mengenalinya.

3. Visi Dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso

a. Visi Bank Syariah Mandiri

“Bank Syariah Terdepan dan Modern”

Bank Syariah Terdepan: menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer, micro, SME, commercial*, dan *corporate*.

Bank Syariah Modern: menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi Bank Syariah Mandiri

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.¹

4. Jam Kerja

Jam kerja yang berlaku di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang

Bondowoso waktu layanan dilaksanakan pada:

Kas

Senin-Jum'at : 08.00-15.30

Kliring

¹ Dokumen Bank Syariah Mandiri Branch Bondowoso

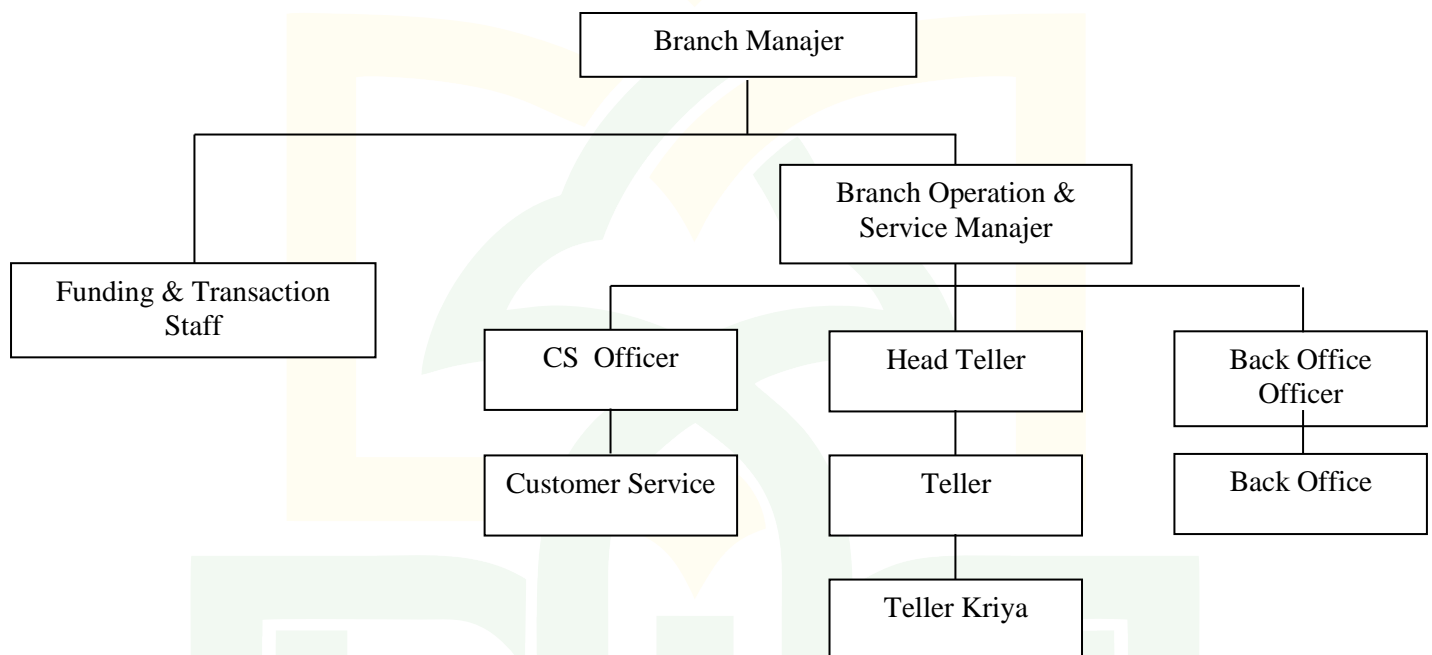
Senin-Kamis : 08.00-10.30

Jum'at : 08.00-10.00²

5. Struktur organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang

Bondowoso

Struktur organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso



Sumber : Dokumentasi Bank Mandiri Syariah KC Bondowoso

a. Bagian Tugas dan Tanggung Jawab

1) *Branch Manager*

Memimpin, mengelola, mengawasi atau mengendalikan, mengembangkan kegiatan dan mendayagunakan sarana organisasi cabang untuk mencapai tingkat serta volume aktifitas pemasaran dan operasional cabang yang optimal, efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan kantor pusat. Mewakili direksi keluar dan

² Dokumen Bank Syariah Mandiri Branch Bondowoso

ke dalam organisasi yang berhubungan langsung dengan cabangnya.

Secara lebih jelas, tanggung jawab *branch manager* adalah sebagai berikut:

- a) Mengawasi serta melakukan koordinasi kegiatan operasional manager bank harus melakukan koordinasi untuk pengawasan semua aktivitas yang dilakukan oleh staff perbankan di kantor cabang koordinasi tersebut dilakukan agar kegiatan operasional perbankan bisa berjalan dengan maksimal dan tidak ada kegiatan operasional yang sia-sia.

- b) Memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan

Pemasaran perbankan sangat penting dilakukan, hal ini untuk memaksimalkan pendapatan bank. *Manager* bank harus bisa memimpin kegiatan pemasaran produk-produk perbankan. Kegiatan pemasaran tersebut bisa menggunakan dana yang seefektif dan seefisien mungkin agar program pemasaran yang direncanakan bisa dijalankan dengan baik.

- c) Memonitor kegiatan operasional perusahaan

Monitoring kegiatan operasional perusahaan bisa dilakukan dengan menyusun Rencana Bisnis Bank atau RBB. Setelah menyusun tersebut maka *manager* bank bisa menjalankan RBB yang sesuai bersama dengan staff-staffnya di kantor cabang. Penyusunan RBB bukan hanya disusun dan dijalankan saja, namun manager bank juga harus memonitor rencana tersebut apakah

benar-benar dijalankan atau tidak oleh staffnya.

d) Memantau prosedur operasional manajemen resiko

Dalam kegiatannya, tentu banyak resiko yang harus diambil oleh *manager* selaku pimpinan, hal ini bisa diminimalkan dengan pemantauan manajemen resiko perbankan secara tepat.

e) Melakukan pengembangan kegiatan operasional

f) Observasi atas kinerja karyawan

Manager cabang bank bisa melakukan observasi langsung terhadap kinerja bawahannya. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana karyawan melakukan pekerjaan yang ditugaskan oleh *manager*.

g) Memberikan solusi bagi setiap masalah

Manager cabang bukan hanya memerintah bawahannya saja, namun *manager* cabang juga wajib memberikan solusi terhadap semua masalah yang dihadapi karyawannya, baik masalah dengan nasabah ataupun masalah dengan sesama karyawannya.

h) Memberi penilaian terhadap kinerja karyawan

Manager cabang bank berhak untuk memberikan penilaian terhadap kinerja yang dilakukan oleh karyawannya.

i) Menindaklanjuti setiap temuan audit (intern/ekstern)

j) Memastikan pengendalian kualitas dan risiko operasional

2) Branch Operating dan Service Manager

Memastikan aktivitas operasional *Branch Office* terkelola sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mendukung target *Branch Office*. Rincian tanggung jawab *Branch Operating Manager* adalah sebagai berikut:

- a) Memastikan terkendalinya biaya operasional *Branch Office* dengan efisiensi dan efektif
- b) Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan
- c) Memastikan terlaksananya layanan nasabah yang optimal sesuai standar layanan *Branch Office*
- d) Memastikan ketersediaan likuiditas yang memadai
- e) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- f) Memastikan kebenaran dan kewajaran pencatatan laporan keuangan
- g) Memastikan pemenuhan kewajiban pelaporan sesuai dengan peraturan yang berlaku (internal dan eksternal)
- h) Mengelola sarana dan prasarana *Branch Office*
- i) Memastikan implementasi KYC dengan baik
- j) Memastikan implementasi peraturan perusahaan dan ketentuan internal perusahaan bidang ketenagakerjaan kepada seluruh pegawai *Branch Office*

3) *Sharia Funding Axecutive*

Menghasilkan *sales referral* dan *non referral* nasabah pendanaan melalui pertemuan, presentasi, membantu proses aplikasi, serta mengumpulkan dokumen yang diperlukan guna memenuhi target *sales* dalam jangka waktu yang telah ditetapkan, tanggung jawab utama:

- a) Untuk mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya ke dalam bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri. Produk bank yang dimaksud dibagi menjadi tiga kategori, yaitu dalam bentuk simpanan tabungan, simpanan giro dan simpanan deposito.
- b) Memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri.

4) *Teller*

Melayani kegiatan transaksi uang tunai, non tunai, surat-surat berharga, dan kegiatan kas lainnya sesuai strandar layanan perbankan, tanggung jawab utama:

- a) Melakukan transaksi tuna dan non tunai sesuai dengan ketentuan
- b) Mengelola saldo kas *teller* sesuai limit yang ditentukan
- c) Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar/ uang palsu
- d) Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu spesimen tanda tangan
- e) Melakukan *cash count* di mesin ATM

- f) Menyediakan laporan transaksi harian

5) *Customer Service*

Melaksanakan kegiatan operasional dan pelayan nasabah sesuai dengan ketentuan bank dan standar pelayanan, tanggung jawab utama:

- a) Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, pembukaan deposito, permohonan nasabah yang lainnya. Disamping itu memberikan informasi se jelas mungkin mengenai berbagai produk dan jasa yang ingin diketahui dan diminati kepada nasabah atau calon nasabah.
- b) Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh pihak nasabah.
- c) Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah.
- d) Mengadministrasi resi permintaan dan pengembalian buku cek dan bilyet giro serta surat kuasa.
- e) Memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah.
- f) Mengadministrasi buku cek, bilyet giro dan buku tabungan.
- g) Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.
- h) Melakukan *maintenance* terhadap nasabah *eksisting* (*cross selling produk dan top up*)

- i) Melakukan standar layanan optimal kepada nasabah sesuai *service level agreement*
- j) Menindaklanjuti dan menyelesaikan keluhan nasabah
- k) Memastikan tersedianya media promosi produk dan jasa Bank Syariah Mandiri di cabang
- l) Memelihara persediaan kartu ATM sesuai kebutuhan

6) *Back Office*

Tugasnya melakukan pengecekan dan memastikan transaksi teller sudah benar dan sesuai, membuat pembukuan perusahaan dari harian sampai tahunan

7) *Account Maintenance Staff*

Melakukan penagihan pembiayaan *business banking* dan *consumer* untuk menjaga kualitas pembiayaan, tanggung jawab utama:

- a) Melakukan penagihan kepada nasabah pembiayaan *business banking* dan *consumer* sesuai target yang telah ditetapkan
- b) Membuat laporan dan menginput hasil penagihan *On-site* ke dalam *collection system*
- c) Melakukan investasi data terbaru nasabah beserta jaminannya
- d) Melaksanakan kewajiban penagihan di lapangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank Syariah Mandiri

8) *Office Boy*

Menjamin kebersihan dan kenyamanan dilingkungan kerja sesuai standart layanan serta membantu kelancaran operasional bank, tanggung jawab utama:

- a) Menjaga keseluruhan di lingkungan/ karyawan kerja terutama terkait dengan layanan nasabah
- b) Menata perlengkapan dan peralatan kerja untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan pegawai dalam bekerja
- c) Menjaga dan merawat peralatan kerja agar tidak rusak
- d) Melaporkan kerusakan peralatan kerja kepada atasan
- e) Membantu *frontliner* dalam hal fotocopy dokumen dan yang terkait dengan proses tersebut
- f) Mengantar dan mengambil dokumen yang terkait operasional bank
- g) Menjaga keamanan dan merawat kendaraan operasional yang menjadi tanggung jawabnya.

9) *Driver*

Menjamin kebersihan, kenyamanan, keamanan kendaraan dinas/kendaraan operasinal termasuk menjamin keamanan kendaraan dan penumpang selama perjalanan, tanggung jawab utama:

- a) Menjamin kendaraan dinas / kendaraan operasional selalu siap pakai dengan memeriksa perlengkapan kendaraan
- b) Memelihara dan merawat kendaraan agar tetap bersih, berfungsi dan siap pakai

- c) Mengantar / menjemput pegawai yang dinas luar dan yang terkait dengan hal tersebut
- d) Melaporkan kerusakan kendaraan kepada atasan
- e) Mengajukan *service* kendaraan kepada atasan secara berkala
- f) Memeriksa dan memelihara surat-surat kendaraan
- g) Menjamin keselamatan dirinya dan penumpang dalam mobil yang dikendarainya sesuai dengan peraturan lalu lintas
- h) Menyimpan kendaraan dengan tertib dan menyerahkan kunci kepada *security*

10) *Security*

Menjamin keamanan asset kantor, menjaga ketertiban dan melaksanakan aktifitas standar layanan di lingkungan kerja, tanggung

jawab utama:

- a) Mengadakan pengaturan dengan maksud menegakkan tata tertib yang berlaku dilingkungan kerjanya, khususnya yang menyangkut kemandirian dan ketertiban.
- b) Melaksanakan penjagaan dengan maksud mengawasi masuk keluarnya orang atau barang dan mengawasi keadaan-keadaan atau hal-hal yang mencurigakan disekitar tempat tugasnya.
- c) Melakukan perondaan sekitar kawasan kerjanya menurut rute dan waktu tertentu dengan maksud mengadakan penelitian dan pemeriksaan terhadap segala sesuatu yang tidak wajar dan tidak pada tempatnya yang dapat atau diperkirakan menimbulkan

ancaman dan gangguan serta mengatur kelancaran lalu lintas diluar komplek / sekitar lingkungan kerjanya.

- d) Mengadakan pengawalan uang atau barang bila diperlukan dan disesuaikan instansi/proyek/badan usaha yang bersangkutan.
- e) Mengambil langkah-langkah dan tindakan sementara bila terjadi suatu tindak pidana.
- f) Memberikan tanda-tanda bahaya atau keadaan darurat, melalui alat-alat alarm dan kode-kode isyarat tertentu bila terjadi kebakaran, bencana alam atau kejadian-kejadian lain yang membahayakan jiwa, badan atau harta benda, orang banyak banyak disekitar kawasan kerjanya serta memberikan pertolongan dan bantuan penyelamatan.
- g) Menjaga kerapihan dan kelengkapan di dalam *banking hall* (aplikasi, brosur, dll)

6. Produk Bank Syariah Mandiri

Dalam menjalankan aktivitasnya sebagai lembaga intermediasi keuangan, Bank Syariah Mandiri memiliki produk dan jasa sebagai berikut:

a. Tabungan

1) Tabungan BSM

Tabungan BSM merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqah. Akad mudharabah muthlaqah adalah akad antara nasabah dan bank dimana nasabah memberikan

kekuasaan penuh kepada pihak bank untuk mempergunakan dana milik nasabah untuk usaha yang dianggapnya baik dan menguntungkan. Bank Syariah Mandiri menawarkan bagi hasil yang kompetitif bagi nasabah atas hasil dari usaha tersebut.

2) BSM Tabungan Berencana

Sama dengan tabungan BSM, BSM Tabungan Berencana ini juga menggunakan prinsip mudharabah mutlaqah. Hanya saja pada tabungan berencana ini Bank Syariah Mandiri memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

3) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan simpatik merupakan tabungan syariah yang menggunakan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap waktu. Bisa dibuka oleh siapa yang memerlukan tabungan ini. Untuk membuka tabungan ini cukup membawa kartu identitas seperti KTP/SIM, dengan setoran awal minimal sebesar Rp 20.000.

4) BSM Tabungan Investasi Cendikia

Tabungan investasi cendikia ini adalah tabungan berjangka yang ditujukan untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap dan dilengkapi asuransi. Tabungan investasi cendikia menggunakan akad mudharabah muthlaqah.

5) BSM Tabungan Dollar

Tabungan Dollar BSM adalah tabungan dalam mata Uang Amerika (USD) dimana penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSM. Tabungan Dollar BSM ini menggunakan akad wadi'ah yad dhamanah (simpanan dijamin), artinya uang yang dititipkan kepada bank dapat dimanfaatkan oleh pihak bank. Apabila dari hasil pemanfaatan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak bank.

6) BSM Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun BSM ini merupakan tabungan hasil kerjasama pihak Bank Syariah Mandiri dengan PT Taspen. Tabungan ini dikhususkan untuk pensiunan pegawai negeri di Indonesia dengan menggunakan mata uang rupiah dan akad mudharabah muthlaqah.

7) BSM Tabunganku

Tabunganku atau Tabunganku Ib adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tabunganku di Bank Syariah Mandiri menggunakan akad wadiah yad dhamanah.

8) BSM Tabungan Maburr

Tabungan maburr adalah tabungan dalam mata uang rupiah dengan akad mudharabah muthlaqah yang diperuntukan membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

9) BSM Tabungan Maburr Junior

Sama dengan BSM Tabungan Maburr, hanya saja tabungan ini dikhususkan bagi anak dibawah umur.

10) BSM Saham Syariah

Tabungan Saham Syariah adalah rekening dana nasabah berupa produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan penyelesaian transaksi efek (baik berupa kewajiban maupun hak nasabah), serta untuk menerima hak nasabah yang terkait dengan efek yang dimilikinya melalui pemegang rekening KSEI. Tabungan Saham Syariah ini menggunakan akad mudharabah muthlaqah.³

b. Giro

1) BSM Giro

Merupakan sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah melalui akad wadi'ah yad dhamanah.

2) BSM Giro Valas

Sarana penyimpanan dana dalam mata Uang Dollar Amerika (USD) berdasarkan akad wadi'ah yad dhamanah.

³<https://www.mandirisyariah.co.id/consumer-banking/tabungan/tabungan-saham-syariah> (26 Februari 2020)

3) BSM Giro Singapore Dollar

Sarana penyimpanan dana dalam mata Uang Singapore (SGD) berdasarkan akad wadi'ah yad dhamanah.

4) BSM Giro Euro

Sarana penyimpanan dana dalam bentuk EURO melalui akad wadi'ah yad dhamanah.⁴

c. Deposito

1) BSM Deposito

BSM Deposito merupakan investasi berjangka dalam waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah yang dikelola sesuai dengan prinsip akad mudharabah muthlaqah.

2) BSM Deposito Valas

BSM Deposito Valas merupakan investasi berjangka dalam waktu tertentu dalam bentuk mata Uang Dollar Amerika (USD) yang sesuai dengan akad mudharabah muthlaqah.⁵

d. Pembiayaan

1) BSM Implan

BSM Implan adalah pembiayaan konsumen dalam bentuk valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). BSM Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan. Akad BSM Implan

⁴<https://www.mandirisyariah.co.id/consumer-banking/ giro> (26 Februari 2020)

⁵<https://www.mandirisyariah.co.id/consumer-banking/ deposito> (26 Februari 2020)

menggunakan akad wakalah wal ijarah digunakan untuk memperoleh manfaat atas jasa.

2) Pembiayaan Kedokteran

Pembiayaan Kedokteran merupakan pembiayaan kepada para profesional di bidang kedokteran /kesehatan untuk pembelian peralatan kedokteran dengan akad murabahah, yaitu akad jual beli antara bank dengan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok dengan keuntungan margin yang disepakati.

3) Pembiayaan Edukasi BSM

Pembiayaan jangka pendek dan menengah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan uang masuk sekolah/ perguruan tinggi/ lembaga pendidikan lainnya atau uang pendidikan pada saat pendaftaran tahun ajaran/ semester baru berikutnya dengan akad ijarah.

4) Pembiayaan Kepada Pensiun

Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan) melalui akad murabahah atau ijarah.

Kriteria nasabah:

- a) Cakap hukum
- b) Pensiunan Pegawai Negeri Sipil Pusat/Daerah, TNI, POLRI, Pensiun Pegawai BUMN/Swasta/Asing yang memperoleh penghasilan pensiun (pensiun bulanan)
- c) Pada saat jatuh tempo pembiayaan, usia nasabah maksimal 70 tahun
- d) Bersedia memindahkan pembayaran pensiun bulannya melalui BSM

Dokumen yang diperlukan:

- a) Asli surat permohonan pembiayaan lengkap dari nasabah
- b) Fotocopy KTP permohonan dan suami/isteri
- c) Fotocopy kartu keluarga
- d) Fotocopy surat nikah/cerai
- e) Asli surat keputusan pensiun nasabah
- f) Fotocopy rekening telepon dan listrik
- g) Fotocopy SHM/SHGB/IMB/PBB untuk pembiayaan dengan jaminan rumah
- h) Fotocopy BPKB/STNK/Faktur pembelian untuk pembiayaan dengan jaminan kendaraan bermotor
- i) Surat pernyataan dan kuasa untuk memotong pensiun bulanan yang diterima dan ditandatangani nasabah di atas materai

Jenis penggunaan antara lain:

- a) Biaya sekolah (akad ijarah)
- b) Renovasi rumah (akad murabahah)
- c) Pembelian peralatan kebutuhan rumah tangga (akad murabahah)
- d) Pembelian kendaraan bermotor (akad murabahah)
- e) Pembelian barang untuk usaha (akad murabahah)

Jumlah jangka waktu pembiayaan:

- a) Jumlah pembiayaan maksimal Rp 100.000.000,00
- b) Jangka waktu pembiayaan 1 (satu) sampai dengan 3 (tiga) tahun.

5) Pembiayaan Kepada Koperasi Karyawan untuk Anggotanya

Penyaluran pembiayaan kepada/melalui koperasi karyawan untuk pemenuhan kebutuhan para anggotanya (kolektif) yang mengajukan pembiayaan melalui koperasi karyawan.

6) Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah dengan akad murabahah.

7) Pembiayaan Griya BSM Bersubsidi

Pembelian untuk pemilikan atau pembelian rumah sederhana sehat (RS Sehat/RSH) dengan dukungan fasilitas

subsidi uang muka dari pemerintah. Pembiayaan Griya BSM Bersubsisi ini menggunakan akad murabahah.

8) Pembiayaan Kendaraan Bermotor

Pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan akad murabahah.

9) Pembiayaan Umroh

Pembiayaan umrah adalah pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah dengan akad ijarah.

10) BSM Gadai Emas

Pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai secara cepat.

11) BSM Cicil Emas

Fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan).

e. Produk layanan

1) BSM Card

BSM Card merupakan sarana untuk melakukan transaksi pebarikan, pembayaran dan pemindahbukuan dana pada ATM BSM, ATM Mandiri, jaringan ATM Proma-BCA dan ATM Bersama, serta ATM Bankcard. BSM Card juga berfungsi sebagai kartu debit yang dapat digunakan untuk

transaksi belanja di seluruh merchant yang menggunakan EDC Prima-BCA.

2) BSM Sentra Bayar

BSM Sentra Bayar merupakan layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan dan fasilitasnya bisa dilakukan secara tunai, autodebet, SMS Banking atau melalui ATM Bank Syariah Mandiri, tanda bukti pembayaran. Sedangkan layanan payment yang tersedia meliputi: Telkom (seluruh Indonesia), kartu halo, isi ulang simpati dan AS, matrix (d/h Satelindo dan IM3 Brigh), OLN, Esia, pembayaran mahasiswa BSI dan diperuntukkan oleh perorangan dan perusahaan.

3) BSM SMS Banking

BSM SMS Banking merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan. BSM SMS Banking ini bermanfaat untuk transaksi kapan dan dimana saja, pendaftaran garis diseluruh BSM, biaya transaksi murah. Jenis pelayanan meliputi: informasi dan transaksi. Diperuntukkan oleh perorangan.

4) BSM Mobile Banking

BSM Mobile Banking adalah layanan transaksi perbankan melalui *mobile banking (handphone)* dengan

menggunakan koneksi jaringan data yang dapat digunakan oleh nasabah.

5) *BSM Net Banking*

BSM Net Banking adalah layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet dengan alamat <https://bsmnet.syariahamandiri.co.id> yang dapat digunakan oleh nasabah.

6) Pembayaran melalui menu pemindahbukuan ATM (PPBA)

Pembayaran melalui menu pemindahbukuan ATM (PPBA) merupakan layanan pembayaran institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga khusus, lembaga keuangan non bank) melalui menu pemindahbukuan di ATM. Akad yang digunakan adalah wakalahwal ujah.

7) *BSM Jual Beli Valas*

BSM Jual Beli Valas adalah pertukaran uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan nasabah.

8) *BSM Electronic Payroll*

BSM Electronic Payroll adalah pembayaran gaji karyawan institusi melalui teknologi terkini Bank Syariah Mandiri secara mudah, aman dan fleksibel.

9) Transfer Uang Tunai

Transfer Uang Tunai “Menjangkau Pelosok Negeri” memanfaatkan layanan BSM Transfer Uang Tunai untuk mengirim uang tunai kepada sanak saudara atau rekan bisnis anda diseluruh pelosok negeri tercinta dengan mudah dan aman. Uang tetap dapat dikirim meskipun dilokasi tersebut belum tersedia layanan perbankan. Cukup menggunakan BSM *Net Banking* GPRS, anda dapat menikmati layanan transfer uang tunai kapan saja dan dimana saja.

10) BSM *E-Money*

BSM *E-Money* adalah kartu berbayar berbasis *smart card* yang diterbitkan oleh BSM bekerja sama dengan Bank Mandiri.

f. Produk Jasa Operasional

1) BSM Transfer Lintas Negara *Western Union*

BSM Transfer Lintas Negara *Western Union* adalah jasa pengiriman uang/penerimaan kiriman uang secara cepat (*real time online*) yang dilakukan lintas negara atau dalam satu negara (domestik).

2) BSM Kliring

BSM Kliring adalah penagihan warkat bank lain di mana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah kliring.

3) BSM Inkaso

BSM Inkaso adalah penagihan warkat bank lain di mana bank tertariknya berbeda wilayah kliring atau berada di luar negeri, hasilnya penagihan akan dikredit ke rekening nasabah.

4) BSM *Intercity Clearing*

BSM *Intercity Clearing* adalah jasa penagihan warkat (cek/bilyet giro valuta rupiah) bank di luar wilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.

5) BSM RTGS (*Real Time Gross Settlement*)

BSM RTGS (*Real Time Gross Settlement*) adalah jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara *real time*. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit.

6) Transfer Dalam Kota (LLG)

Transfer Dalam Kota (LLG) adalah jasa pemindahan dana antar bank dalam satu wilayah kliring lokal.

7) BSM Transfer Valas

BSM Transfer Valas adalah transfer dalam 130 mata uang yakni layanan transfer Valuta Asing (valas) antar rekening bank di Indonesia atau luar negeri dalam 130 mata uang. BSM transfer valas menggunakan *payment intruction* berbasis

SWIFT yang sangat terjamin keamanannya. Penerima (*beneficiary*) dana atau pengirim (*sender*) dapat mengirim atau menerima dana dalam mata Uang Dollar Amerika (USD), Dollar Australia (AUD), Dollar Singapura, Euro, dan Yen Jepang (JPY).

8) BSM Pajak *Online*

BSM Pajak *Online* memberikan kemudahan kepada wajib pajak yaitu Pajak (SPP), Penerimaan Negara Bukan Pajak (SSBP), Pengembalian Belanja (SSPB), Pajak *Import*/PIB (SSPCP), Pungutan *Export* (STBS), Cukai Dalam Negeri (SSCP), yang langsung diterima oleh kantor pajak secara *online*, pembayaran dapat dilakukan dengan mendebet rekening atau secara tunai.

9) BSM Referensi Bank

BSM Referensi Bank adalah surat keterangan yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri atas dasar permintaan dari nasabah untuk tujuan tertentu.

10) BSM *Standing Order*

BSM *Standing Order* adalah fasilitas kemudahan yang diberikan Bank Syariah Mandiri kepada nasabah yang dalam transaksi finansialnya harus memindahkan dari suatu rekening ke rekening lainnya secara berulang-ulang. Dan pelaksanaannya nasabah memberikan instruksi ke bank hanya satu kali saja.

11) BSM *Payment point*

BSM *Payment point* adalah layanan transaksi *payment point* di Bank Syariah Mandiri dapat dilakukan oleh nasabah di setiap outlet Bank Syariah Mandiri atau di ATM. Pembayaran dapat dilakukan melalui debet rekening maupun tunai (*cash*).

Layanan yang terkait *payment point* di Bank Syariah Mandiri.

12) Layanan BSM Pembayaran Institusi (BPI)

Layanan BSM Pembayaran Institusi (BPI) adalah sistem layanan pembayaran kepada nasabah institusi secara *Host to Host* di mana pembayaran dapat dilakukan melalui *delevery chanel* BSM, ATM bersama dan ATM Prima. Akad yang digunakan adalah *wakalah wal ujah*.

g. Produk jasa investasi

- 1) Sukuk Negara Ritel Pasar Perdana “Investasi Rakyat Penuh Manfaat”. Bank Syariah Mandiri sebagai agen penjual di pasar perdana, menawarkan produk Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) yang bersifat ritel atau yang dikenal dengan Sukuk Negara Ritel. Pemesanan pembelian Sukuk Negara Ritel hanya bisa dilakukan oleh perseorangan warga negara Indonesia yang dibuktikan dengan Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang masih berlaku, dengan jumlah minimum pembelian ditetapkan oleh pemerintah berdasarkan momerandum informasi yang diterbitkan setiap penerbitan Sukuk Negara Ritel. Penunjukan

Bank Syariah Mandiri sebagai agen penjual Sukuk Negara Ritel ditetapkan oleh pemerintah. Produk Sukuk Negara Ritel yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri.

- 2) Sukuk Negara Ritel Pasar sekunder merupakan transaksi Sukuk Negara Ritel setelah penjualan pada pasar perdana berakhir. Pada pasar sekunder harga Sukuk Negara Ritel ditentukan berdasarkan harga pasar.⁶

h. Produk Gadai

- 1) BSM Gadai Emas atau Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.
- 2) BSM Cicil Emas adalah fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara mudah punya emas dan menguntungkan. Emas lantakan (batangan) dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram.⁷

B. Penyajian Data dan Analisis

Proses lanjutan dari skripsi ini adalah menyajikan hasil data yang diperoleh selama penelitian. setelah melakukan proses pengumpulan data dilapangan, data-data yang merupakan hasil dari penelitian yang telah disesuaikan dengan rumusan masalah, kemudian dikemukakan secara rinci

⁶ <https://www.mandirisyariah.co.id/consumer-banking/investasi/sukuk-negara-retail> (26 Februari 2020)

⁷ <https://www.mandirisyariah.co.id/consumer-banking/emas/cicil-emas> (26 Februari 2020)

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 :

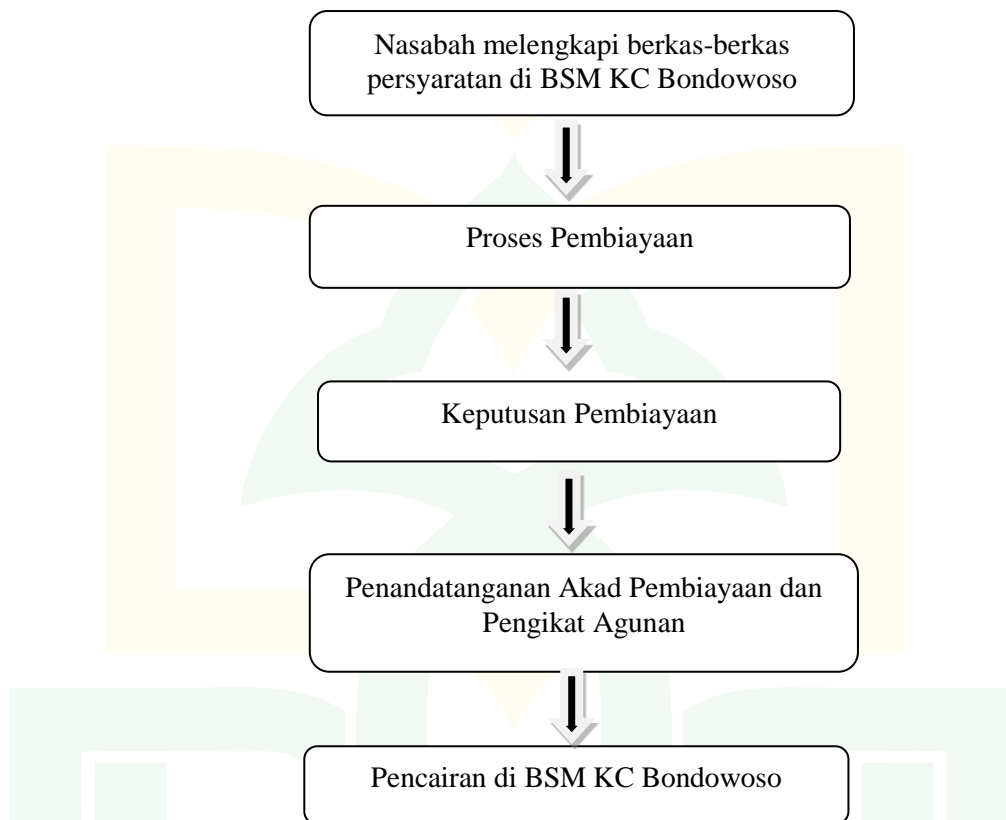
1. Implementasi akad murabahah dan akad musyarakah mutanaqishah dalam pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang sudah lama beroperasi di Indonesia sejak hari senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 Masehi sampai sekarang. Produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri sangat banyak, salah satunya adalah produk pembiayaan pensiunan. Sebelum membahas implementasi akad murabahah dan akad musyarakah mutanaqishah dalam pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso, penting bagaimana mengetahui prosedur BSM KC Bondowoso dalam memberikan pembiayaan pensiunan.

Prosedur adalah rangkaian rangkaian tata pelaksanaan kerja yang diatur secara berurutan, sehingga terbentuk urutan kerja secara bertahap dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Menurut wawancara dengan Bapak Agung Purnomo selaku *Customer Banking and Relationship Manager*

(CBRM) BSM Kantor Cabang Bondowoso tanggal 22 Januari 2020 menjelaskan sebagai berikut:⁸

Prosedur Pembiayaan Pensiun



Sumber: data diolah dari BSM KC Bondowoso

Keterangan:

1. Prosedur Pembiayaan di BSM KC Bondowoso Khususnya Pembiayaan Pensiunan Sebagaimana Penjelasan Bapak Agung Purnomo tanggal 22 Januari 2020, yaitu:

“Setiap calon nasabah yang akan mengajukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso diwajibkan mengisi formulir pengajuan pembiayaan dan menyertakan kelengkapan berkas persyaratan yang diminta oleh BSM sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Persyaratan yang ditetapkan oleh BSM KC Bondowoso sangat

⁸ Agung Purnomo, Wawancara, Bondowoso, 22 Januari 2020

mudah dan tidak menyulitkan calon nasabah. Nasabah hanya perlu membawa identitas diri, NPWP, SK pensiun, foto copy SK nasabah, foto copy mutasi rekening gaji, pas foto berwarna ukuran 3x4, kartu keluarga untuk meminimalisir terjadinya masalah di kemudian hari.”⁹

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa calon nasabah harus melengkapi semua persyaratan yang sudah ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso dengan tujuan untuk meminimalisir terjadinya masalah pembayaran di kemudian hari. Apabila persyaratan tersebut sudah dilengkapi oleh nasabah maka nasabah akan mengisi formulir pengajuan pembiayaan yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso.

Sesuai dengan jenis pembiayaan pensiun yang diberikan oleh bank, Bank Syariah mandiri KC Bondowoso menetapkan syarat khusus yang harus dipenuhi oleh nasabah. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Dedy Does tanggal 6 Februari 2020:

“Syarat khusus yang harus dipenuhi oleh nasabah pensiunan janda yaitu umur maksimal 48 tahun kebawah, Asli SP4B (Surat Perintah *Pembayaran* Pensiun Pertama Janda) , lampiran dokumen persyaratan sesuai dengan ketentuan PT Taspen, dan blanko mutasi atau foto copy permohonan pemindahan kantor bayar”¹⁰

Apabila nasabah akan melakukan take over atau pembiayaan pindah bayar manfaat pensiun dari lain bank ke Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso ada syarat khusus yang harus diserahkan dalam

⁹ Agung Purnomo, *Wawancara*, Bondowoso, 22 Januari 2020

¹⁰ Dedy Does, *Wawancara*, Bondowoso: 6 Februari 2020

pembayaran *take over*. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh ibu Nova Siska N tanggal 28 Januari 2020 :

“Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso terdapat Syarat khusus yang harus dipenuhi oleh nasabah apabila akan melakukan *take over* yaitu surat pernyataan *take over*, bukti setoran pelunasan pembiayaan dari bank lain, blanko mutasi, berita acara *take over*, NPWP dan buku tabungan bank asal”.¹¹

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pembiayaan pensiun terdapat persyaratan khusus untuk calon nasabah yang akan melakukan pengajuan pembiayaan pensiun atau nasabah yang akan melakukan *take over* dari bank lain. Hal ini dikarenakan pembiayaan pensiun hanya di khususkan untuk nasabah yang memiliki SK pensiun. Karena angsuran setiap bulan akan dipotong dari gaji pensiun nasabah. Persyaratan khusus untuk nasabah yang akan melakukan *take over* dari bank lain juga harus dipenuhi oleh nasabah yaitu untuk menghindari masalah yang akan terjadi antara Bank Syariah Mandiri dengan bank sebelumnya.

a. Analisis Pembiayaan

Sebelum calon nasabah memperoleh pembiayaan pensiunan di BSM, pihak BSM harus melakukan pengecekan terkait dengan kelengkapan persyaratan yang ditetapkan oleh BSM dan menganalisis pembiayaan dengan berbagai pertimbangan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Nova Siska N tanggal 28 Januari 2020 terkait dengan analisis pembiayaan, yaitu:

¹¹ Nova Siska N, *Wawancara*, Bondowoso: 28 Januari 2020

“untuk menganalisis apakah permohonan tersebut di diterima atau ditolak ditangani langsung oleh *Customer Banking and Relationship Manager (CBRM)* yaitu bapak Agung Purnomo. Bapak Agung Purnomo akan melakukan pengecekan kelengkapan dokumen, *BI Checking* dan DHN atas nama calon nasabah dan menganalisis pembiayaan dengan dasar berbagai pertimbangan dari berkas pemohon seperti jumlah gaji pensiun, usia pensiun, jangka waktu dan nominal pembiayaan,”¹²

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan consumer jadi analisis data yang dilakukan oleh kepala unit pembiayaan consumer (CBRM) adalah menganalisis persyaratan yang sudah di serahkan oleh nasabah kepada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso. Analisis pembiayaan ini merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam mengambil suatu keputusan untuk menerima/menolak permohonan pembiayaan. Analisis yang baik akan menghasilkan keputusan yang tepat.

b. Keputusan pembiayaan

Setelah dilakukan analisis pembiayaan, *Customer Banking and Relationship Manager (CBRM)* beserta tim menetapkan keputusan atas dasar persetujuan *branch manager*. Sebagaimana yang dijelaskan oleh bapak Dedy Dores tanggal 6 Februari 2020, yaitu:

“Jadi keputusan pembiayaan yang disepakati oleh pihak CBRM yaitu bapak Agung Purnomo dan tim pembiayaan pensiunan merupakan hasil persetujuan *branch manager*. Selain CBRM melakukan analisis pembiayaan, CBRM juga

¹² Nova Siska N, *Wawancara*, Bondowoso: 28 Januari 2020

melapor kepada *branch manager* hasil analisis pembiayaan yang sudah dilakukan. Apabila *branch manager* menyetujui/menolak hasil analisis tersebut maka CBRM langsung mengumumkan apakah permohonan pembiayaan tersebut disetujui/ditolak oleh branch manager kepada tim”¹³

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan untuk menolak atau menerima pengajuan permohonan pembiayaan nasabah adalah *branch manager*. *Customer Banking and Relatisionship Manager (CBRM)* hanya melakukan pengecekan terhadap persyaratan yang sudah diserahkan oleh nasabah.

c. Penandatanganan Akad Pembiayaan dan Pengikatan Agunan

Seluruh persyaratan telah dipenuhi oleh calon nasabah dan keputusan pembiayaan sudah ditetapkan oleh *Customer Banking and Relatisionship Manager (CBRM)* maka akan diadakan suatu pertemuan antara calon nasabah dengan *Customer Banking and Relatisionship Manager (CBRM)* beserta tim. Sebagaimana yang dijelaskan oleh bapak Agung Purnomo tanggal 22 Januari 2020, yaitu:

“Dalam pertemuan antara calon nasabah dan *Customer Banking and Relatisionship Manager (CBRM)* beserta tim akan dilakukan suatu perjanjian atau akad, biasanya pihak bank yang mendatangi rumah nasabah, dan pada kesempatan ini pihak BSM juga bisa melakukan *survey* lapangan untuk mengetahui langsung kondisi nasabah. Dan pengikat agunan pada pembiayaan pensiunan di BSM KC Bondowoso berupa SK pensiun. Akad yang digunakan dalam pembiayaan yaitu menggunakan akad murabahah dan akad musyarakah mutanaqishah”¹⁴

¹³Dedy Does, Wawancara, Bondowoso: 6 Februari 2020

¹⁴Agung Purnomo, Wawancara, Bondowoso, 22 Januari 2020

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *Customer Banking and Relationship Manager (CBRM)* beserta tim akan menjadwalkan pertemuan dengan nasabah apabila permohonan pengajuan pembiayaan tersebut disetujui oleh *Branch Manager*. maka *Customer Banking and Relationship Manager (CBRM)* dan nasabah akan melakukan suatu perjanjian yang akan disepakati bersama. Tidak ada paksaan dari pihak manapun.

d. Pencairan Pembiayaan

Pihak BSM melakukan suatu pencairan setelah nasabah melakukan penandatanganan akad dan pengikat agunan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh bapak Dedy Dore, yaitu:

“Sebelum pihak BSM melakukan pencairan pembiayaan saya selaku *Customer Banking and Relationship Manager (CBRM)* melakukan pengecekan kembali dokumen nasabah sebelum diberikan kepada *Branch Funding Operational (BFO)*”¹⁵

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa sebelum proses pencairan *Customer Banking and Relationship Manager (CBRM)* akan melakukan pengecekan ulang dokumen nasabah. dengan tujuan dokumen yang sudah disetujui oleh *Branch manager* lengkap dan tidak bermasalah. Dan *Customer Banking and Relationship Manager (CBRM)* akan memberikan dokumen tersebut kepada *Branch Funding Operational (BFO)* untuk dilakukan pencairan dana pensiun yang sudah diajukan oleh nasabah.

¹⁵ Dedy Dore, *Wawancara*, Bondowoso: 6 Februari 2020

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, implementasi diartikan sebagai pelaksanaan / penerapan. Menurut Prana Wastra implementasi adalah sebuah aktivitas yang dikerjakan karena adanya kebijaksanaan yang sudah disusun sebelumnya, meliputi kebutuhan apa saja yang diperlukan, siapa pelaksana, kapan pelaksanaan serta kapan akan diselesaikan target implementasi itu sendiri. Semua itu sudah direncanakan pada awal waktu. Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso menerapkan akad murabahah dan akad musyarakah mutanaqishah dalam pemberian pembiayaan pensiunan.

Pembiayaan kepada pensiunan adalah pembiayaan konsumen yang termasuk juga pembiayaan multiguna berdasarkan akad murabahah dan akad musyarakah mutanaqishah yang ditujukan kepada para pensiunan dan pegawai yang kurang lebih 6 bulan lagi akan pensiun (pra pensiun) dan janda pensiun yang sudah menerima SK pensiun. Dimana pembayaran angsurannya dapat dilakukan melalui pemotongan uang pensiun secara langsung yang diterima oleh bank setiap bulannya.

Pembiayaan pensiunan merupakan salah satu produk unggulan yang ada di BSM KC Bondowoso. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Agung Purnomo tanggal 22 Januari 2020 :

“Produk pembiayaan pensiunan di BSM KC Bondowoso sudah berdiri sejak tahun 2015 dan menjadi salah satu

produk unggulan pada bulan April 2016 karena produk pembiayaan pensiunan berkembang dengan cepat dan menjadi tulang punggung BSM pada saat itu”¹⁶

Keunggulan pembiayaan pensiunan di BSM salah menjadi satu daya tarik minat nasabah untuk menggunakan jasa BSM KC Bondowoso. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak

Dedy Does:

“Keunggulan pembiayaan pensiunan di BSM KC Bondowoso yaitu margin yang ditetapkan paling kompetitif, pelayanan terhadap nasabah yang diterapkan di BSM sangat diperhatikan oleh setiap karyawan guna untuk membuat nasabah merasa nyaman dalam menggunakan jasa BSM dan yang terakhir yaitu pengalaman nasabah menggunakan produk BSM, maksudnya nasabah bisa menilai sendiri tentang pricing dan layanan terbaik BSM dan akan menceritakan kepada nasabah lain bahwa di BSM KC Bondowoso pricing yang ditetapkan paling kompetitif dan pelayanannya terbaik”¹⁷

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso merupakan salah satu produk unggulan. Karena pembiayaan pensiun di BSM KC Bondowoso paling banyak diminati oleh nasabah daripada Bank lain yang ada di Bondowoso.

Dalam proses pembiayaan pensiunan akad yang digunakan dalam transaksi yaitu akad murabahah dan akad musyarakah mutanaqishah sesuai dengan kebutuhan nasabah. Penerapan akad murabahah dalam pembiayaan pensiun. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Agung Purnomo tanggal 22 Januari 2020:

¹⁶ Agung Purnomo, *Wawancara*, Bondowoso, 22 Januari 2020

¹⁷ Dedy Does, *Wawancara*, Bondowoso: 6 Februari 2020

“Dalam pembiayaan pensiunan akad murabahah digunakan apabila nasabah pensiunan mengajukan pembiayaan untuk pembelian rumah, kendaraan bermotor, peralatan rumah tangga dll. Pihak bank membiayai pembelian barang-barang kebutuhan modal kerja yang dibutuhkan nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan margin keuntungan bank yang disepakati.”¹⁸

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa produk pembiayaan pensiun yang ditetapkan oleh BSM KC Bondowoso sesuai dengan syariah. Dimana penerapannya yang dilakukan dengan menggunakan akad jual beli yaitu murabahah. Dalam praktiknya penerapan akad murabahah yaitu posisi bank sebelum melakukan akad murabahah dengan nasabah bukan sebagai penjual murni yang menyediakan barang-barang yang dibutuhkan nasabah . melainkan posisi bank dalam pembiayaan pensiun ini adalah sebagai lembaga pembiayaan. Dimana bank hanya menyediakan barang ketika ada permohonan pembiayaan yang diajukan oleh nasabah.

Selain menggunakan akad murabahah dalam pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri juga menerapkan akad musyarakah mutanaqishah. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh ibu Nova siska N tanggal 28 Januari 2020:

“Akad musyarakah mutanaqishah digunakan apabila nasabah akan melakukan take over dari bank lain dan juga apabila nasabah akan melakukan pembiayaan lain tetapi tidak melunasi pembiayaan sebelumnya maka akad yang digunakan adalah akad MMQ”¹⁹

¹⁸ Agung Purnomo, *Wawancara*, Bondowoso, 22 Januari 2020

¹⁹ Nova Siska N, *Wawancara*, Bondowoso: 28 Januari 2020

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa produk pembiayaan pensiun yang ditetapkan oleh BSM KC Bondowoso sesuai dengan syariah. Dimana penerapannya yang dilakukan tidak hanya dengan menggunakan akad murabahah tetapi juga menggunakan akad musyarakah mutanaqishah. Dimana akad musyarakah mutanaqishah digunakan apabila nasabah akan melakukan *take over* dari bank lain, maka pihak bank akan melunasi pembiayaan nasabah pada bank sebelumnya, dan nasabah akan membayar angsuran tidak lagi ke bank sebelumnya melainkan membayar langsung ke BSM KC Bondowoso. Dan apabila nasabah akan mengajukan permohonan pembiayaan lagi ke BSM tetapi nasabah tersebut masih mempunyai tanggungan sebelumnya yang belum dilunasi. Maka nasabah boleh mengajukan permohonan tersebut dengan menggunakan akad musyarakah mutanaqishah.

Jenis pembiayaan pensiun yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso ada 2 yaitu pembiayaan pensiun pegawai dan pembiayaan pensiun janda. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Agung Purnomo tanggal 22 Januari 2020 :

“Pembiayaan pensiun janda diberikan kepada isteri sah pegawai negeri atau penerima pensiun pegawai yang meninggal dunia dengan melampirkan persyaratan khusus sedangkan pembiayaan pensiun biasa adalah pensunan

yang diberikan kepada pegawai negeri yang sudah tidak bekerja lagi.”²⁰

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa produk pembiayaan pensiun diberikan kepada pensiun pegawai dan pensiun janda. Produk pembiayaan pensiun pegawai diperuntukkan kepada para pensiun yang memiliki beberapa persyaratan yang sudah dijelaskan sebelumnya, sedangkan pembiayaan pensiun janda diperuntukkan untuk isteri pegawai yang sudah meninggal dunia dengan ketentuan apabila isteri pegawai tersebut menikah lagi maka, nasabah tersebut harus melunasi pembiayaan yang ada di BSM KC Bondowoso atau membayar secara manual. Karena PT Taspen akan mencabut dana pensiun tersebut.

Terkait dengan biaya administrasi pembiayaan pensiunan yang harus dibayarkan oleh nasabah. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Dedy Does tanggal 6 Februari 2020:

“Biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah pensiunan sangat sedikit karena BSM tidak memberatkan nasabah mengenai pembayaran administrasi yaitu 1% plafon dan asuransi jiwa. Asuransi jiwa disesuaikan dengan jangka waktu pembiayaan, usia nasabah dan juga besarnya plafon, semakin tinggi plafon maka biayanya semakin besar dan juga apabila usia nasabah semakin sepuh maka biayanya juga semakin besar dan jangka waktu semakin panjang maka biaya asuransi semakin besar dan sebaliknya apabila waktu semakin pendek maka biaya asuransi akan semakin sedikit”²¹

²⁰ Agung Purnomo, *Wawancara*, Bondowoso, 22 Januari 2020

²¹ Dedy Does, *Wawancara*, Bondowoso: 6 Februari 2020

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa admisnistrasi BSM KC Bondowoso yaitu sangat sedikit dan tidak membebankan calon nasabah yang akan mengajukan permohonan pembiayaan di BSM KC Bondowoso. Biaya yang dikeluarkan oleh calon nasabah yaitu sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti biaya asuransi jiwa.

Realisasi pencairan pembiayaan pensiunan di BSM KC Bondowoso selalu meningkat setiap tahunnya. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Agung Purnomo tanggal 27 Januari 2020 :

“Pencairan pembiayaan pensiunan setiap tahunnya mengalami peningkatan, karena kami pihak pembiayaan melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah salah satunya yaitu melakukan pelayanan yang terbaik, memberikan give pada bulan ramadhan dan juga penurunan margin kepada nasabah pensiun pada bulan-bulan tertentu”²²

Tabel: 4.1
Pencairan Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso.

TAHUN	JUMLAH NASABAH	PENSIUNAN PEGAWAI	PENSIUNAN JANDA PEGAWAI
2016	24	2.800.000.000	56.000.000
2017	77	8.600.000.000	412.000.000
2018	145	17.800.000.000	742.000.000
2019	254	27.400.000.000	1.400.000.000
2020	269	28.500.000.000	1.500.000.000

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa realisasi pencairan pembiayaan pensiun setiap tahunnya selalu meningkat

²² Agung Purnomo, *Wawancara*, Bondowoso: 27 Januari 2020

pesat. Hal tersebut dikarenakan strategi BSM KC Bondowoso yang bagus untuk menarik minat nasabah menggunakan jasa BSM KC Bondowoso.

2. Implikasi dalam Implementasi Akad Murabahah dan Akad Musyarakah Mutanaqishah dalam Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia implikasi adalah keterlibatan atau keadaan terlibat. Implikasi adalah suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian ilmiah. Pembiayaan pensiunan merupakan produk pembiayaan yang paling aman. Karena Bank Syariah Mandiri bekerjasama dengan PT Taspen dan mempunyai landasan hukum berupa Surat Persetujuan Bank Indonesia No. 10/357/DPbS tanggal 19 Maret 2008 tentang produk pembiayaan kepada pensiunan yang menjamin kelancaran pembayaran angsuran nasabah dengan cara pemotongan gaji yang diterima oleh pensiun setiap bulannya. Dalam pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso terdapat beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pembiayaan pensiun.

a. Faktor pendukung pembiayaan pensiun

Sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Agung Purnomo Tanggal 22 Januari 2020 di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso:

“Faktor pendukung pembiayaan di BSM KC Bondowoso ini yaitu biaya administrasi sedikit sesuai dengan kebutuhan

nasabah, tidak ada biaya provisi, angsuran yang ditetapkan lebih rendah dari bank lain, dan jika nasabah melakukan pelunasan maka dendanya hanya 2x margin”²³

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung pembiayaan yang ditetapkan oleh BSM KC Bondowoso yaitu sebagai salah satu strategi untuk menarik minat nasabah menggunakan jasa perbankan. Salah satunya yaitu tidak ada biaya provisi atau tidak ada biaya balas jasa ke BSM karena permohonan yang diajukan oleh nasabah disetujui oleh bank.

b. Faktor penghambat dalam pembiayaan pensiun janda

Sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Agung Purnomo Tanggal 22 Januari 2020 di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso:

“Dalam pembiayaan pensiunan janda/duda kendala yang terjadi yaitu janda/duda tersebut menikah lagi ketika masih memiliki tanggungan pembiayaan. PT Taspen akan memberhentikan gaji pensiunan yang digunakan untuk membayar angsuran. Biasanya nasabah akan membayar dengan cara manual”²⁴

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan pensiun yang diberikan kepada janda akan mengalami hambatan dalam pembayaran apabila nasabah (janda) tersebut menikah lagi. Karena PT Taspen akan mencabut dana pensiun tersebut dan nasabah harus melunasi atau membayar angsuran secara manual.

²³ Agung Purnomo, *Wawancara*, Bondowoso: 22 Januari 2020

²⁴ Agung Purnomo, *Wawancara*, Bondowoso: 22 Januari 2020

c. Faktor penghambat dalam *take over*

Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Ibu Nova Siska N Tanggal 28 Januari 2020 di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso:

“Kendala dalam melakukan *take over* yaitu terletak pada bank kompetitor. Karena kebanyakan bank kompetitor mempersulit nasabah untuk mendapatkan jadwal pelunasan jika diketahui akan pindah bank. Kalau dari BSM sendiri tidak ada kendala karena prosesnya sangat mudah dan pricing yang ada memang sangat ringan dibandingkan bank lain. Sehingga banyak bank tertarik untuk bergabung dengan BSM”²⁵

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah akan mengalami hambatan dari bank competitor apabila nasabah akan melakukan *take over*. Bank competitor mempersulit nasabah untuk *take over* yaitu bertujuan agar nasabah tidak melakukan *take over* dan tetap menggunakan jasa bank tersebut.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan dengan judul penelitian implementasi akad murabahah dan akad musyarakah mutanaqishah (mmq) dalam pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bondowoso 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.

²⁵ Nova Siska N, *Wawancara*, Bondowoso: 28 Januari 2020

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

1. Bagaimana Implementasi Akad murabahah dan Akad Musyarakah Mutanaqishah Dalam Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso

Dalam penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso dikatakan bahwa pembiayaan pensiun merupakan suatu produk pembiayaan dengan prinsip murabahah dan musyarakah mutanaqishah yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Mandiri guna untuk memenuhi kebutuhan para pensiun. Sesuai dengan teori pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain atau pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan, seperti bank syariah kepada nasabah.

Dalam penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso dikatakan bahwa prosedur dalam pembiayaan pensiun diterapkan oleh pihak BSM KC Bondowoso yaitu permohonan pembiayaan, analisis pembiayaan, keputusan pembiayaan, penandatanganan akad pembiayaan dan pengikatan agunan, dan pencairan pembiayaan. Prosedur pembiayaan tersebut diterapkan untuk saling mengetahui informasi dasar antara calon nasabah dengan bank. Terutama calon nasabah yang baru pertama kali mengajukan pembiayaan kepada BSM KC Bondowoso. Sesuai dengan teori prosedur adalah rangkaian tata pelaksanaan kerja yang diatur secara

berurutan, sehingga terbentuk urutan kerja secara bertahap dalam menyelesaikan suatu pekerjaan.²⁶ BSM KC Bondowoso tidak hanya menerapkan prosedur pembiayaan untuk mengetahui kelayakan nasabah dalam menerima pembiayaan. BSM KC Bondowoso juga menerapkan prinsip 5C dalam pemberian pembiayaan pensiunan untuk meminimalisir resiko pembiayaan yang akan terjadi di kemudian hari. Penerapan prinsip 5 C dilakukan pada saat nasabah mengajukan permohonan pembiayaan.

Dalam penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso dikatakan bahwa penerapan akad murabahah yaitu BSM KC Bondowoso menyediakan barang (halal) yang dibutuhkan oleh nasabah dan menginformasikan kepada nasabah tentang harga beli serta margin yang ditetapkan oleh bank dengan menggunakan akad murabahah. Sedangkan akad musyarakah mutanaqishah dalam pembiayaan pensiunan di BSM KC Bondowoso yaitu dalam proses take over pihak BSM melunasi hutang nasabah kepada bank sebelumnya, dengan ketentuan nasabah akan membayar hutang tersebut kepada bank dengan cara mencicil sampai kesepakatan yang telah ditentukan. Dan apabila nasabah akan mengajukan pembiayaan lagi kepada BSM KC Bondowoso, tetapi nasabah belum melunasi pembiayaan sebelumnya. Maka pihak BSM akan memberikan pembiayaan menggunakan akad musyarakah mutanaqishah. Sesuai dengan fatwa DSN No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan murabahah,²⁷

²⁶ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 113.

²⁷ Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah* (Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2014), 47.

dan fatwa DSN MUI No: 73/DSN-MUI /XI/2008 tentang pembiayaan musyarakah mutanaqishah dalam menjalankan operasinya.²⁸

Dalam penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso dikatakan bahwa pembiayaan pensiun tidak hanya diberikan kepada para pegawai pensiun saja, tetapi di BSM KC Bondowoso terdapat juga jenis pembiayaan pensiun kepada janda. Dengan ketentuan apabila janda tersebut menikah lagi maka harus melunasi pembiayaan tersebut dengan cara mengansur secara manual. Karena PT Taspen akan mencabut dana pensiun tersebut apabila sudah menikah lagi. Sesuai dengan teori Pensiun adalah hak seseorang untuk memperoleh penghasilan setelah bekerja sekian tahun dan sudah memasuki usia pensiun atau ada sebab-sebab lain sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan.²⁹

2. Bagaimana Implikasi dalam Implementasi Akad Murabahah dan Akad Musyarakah Mutanaqishah Dalam Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso.

Dalam penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso adapun faktor pendukung dalam pembiayaan pensiun adalah biaya administrasi sedikit sesuai dengan kebutuhan nasabah, tidak ada biaya provisi, angsuran yang ditetapkan lebih rendah dari bank lain, dan jika nasabah melakukan pelunasan maka dendanya hanya 2x margin. Faktor pendukung pembiayaan pensiun tersebut sebagai salah satu strategi untuk menarik minat nasabah menggunakan jasa BSM KC Bondowoso.

²⁸ Ma'ruf amin, *Fatwa (Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dalam Perspektif Islam Hukum Perundang-Undangan)* (Jakarta: MUI, 2011), 353.

²⁹ Kasmir, *Bank DAN Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 287

Dalam penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso pada pembiayaan pensiunan janda faktor penghambat yang sering terjadi yaitu apabila nasabah pembiayaan pensiunan janda menikah lagi, otomatis dana pensiun akan dicabut oleh PT. TASPEN. Oleh karena itu biaya angsuran yang setiap bulannya dipotong dari biaya pensiun akan dialihkan untuk membayar angsuran secara manual dan nasabah tersebut harus melunasi pembiayaan tersebut sampai jangka waktu yang telah ditentukan. Sesuai dengan fatwa DSN No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan murabahah yaitu nasabah harus membayar harga barang yang telah disepakati tersebut dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati.³⁰

Dalam penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso faktor penghambat dalam pembiayaan pensiunan pada saat nasabah akan melakukan *take over*. Bank kompetitor akan mempersulit nasabah untuk mendapatkan jadwal pelunasan jika diketahui akan pindah bank. Oleh karena itu Bank Syariah Mandiri akan melakukan tindakan supaya nasabah tersebut bisa melakukan *take over* dari Bank Syariah sebelumnya. Ketika nasabah tersebut sudah menjadi nasabah BSM KC Bondowoso. Maka nasabah akan mencicil pembiayaan tersebut sampai lunas sehingga aset akan menjadi milik nasabah seutuhnya. Sesuai dengan teori Musyaraqah mutanaqishah adalah musyarakah atau syirkah yang kepemilikan asset

³⁰ Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah* (Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2014), 47.

(barang) atau modal salah satu pihak (syarik) berkurang disebabkan pembelian secara bertahap oleh pihak lainnya.³¹



³¹ Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2012), 248.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai implementasi akad murabahah dan akad musyarakah mutanaqishah dalam pembiayaan pensiunan di KC Bondowoso, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk pembiayaan pensiun di Bank Mandiri Syariah merupakan salah satu produk pembiayaan konsumtif yang hanya diajukan kepada para pensiun, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung (gaji) yang diterima bank setiap bulannya (pensiun bulanan).

Akad yang digunakan dalam pembiayaan pensiun adalah akad murabahah dan akad musyarakah mutanaqishah. Akad murabahah digunakan untuk kebutuhan pembelian kendaraan bermotor, renovasi rumah, untuk modal kerja dan lain-lain. Sedangkan akad musyarakah mutanaqishah digunakan untuk *take over* sesama lembaga keuangan syariah dan nasabah akan mengajukan pembiayaan lain tetapi tidak melunasi pembiayaan sebelumnya. Prosedur pembiayaan pensiun di Bank Mandiri Syariah KC Bondowoso cukup mudah dari pengajuan pembiayaan sampai pencairan pembiayaan pensiun.

Dalam praktik implementasi akad murabahah dan akad musyarakah mutanaqishah pada produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso sudah sesuai dengan ketentuan fatwa

DSN No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan murabahah dan fatwa DSN MUI No: 73/DSN-MUI /XI/2008 tentang pembiayaan musyarakah mutanaqishah dalam menjalankan operasinya. Dimana dalam proses akad terbebas dari riba, barang yang diperjualbelikan dihalalkan sesuai syariah.

2. Faktor penghambat dalam pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso hanya terjadi pada saat *take over* sesama lembaga keuangan syariah dan pemberian pembiayaan pensiun kepada janda, karena PT Taspen akan memberhentikan gaji pensiunan yang digunakan untuk membayar angsuran dan nasabah akan membayar dengan cara manual. Pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan yang mempunyai resiko pembiayaan yang kecil. Karena pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri dilandasi oleh perjanjian kerjasama antara pihak Bank Syariah Mandiri dengan lembaga pengelola dana pensiun seperti PT Taspen dan mempunyai landasan hukum berupa Surat Persetujuan Bank Indonesia No. 10/357/DPbS tanggal 19 Maret 2008 tentang produk pembiayaan kepada pensiunan yang menjamin kelancaran pembayaran angsuran nasabah dengan cara pemotongan gaji yang diterima oleh pensiun setiap bulannya. Sedangkan faktor pendukung pembiayaan pensiun adalah biaya administrasi sedikit sesuai dengan kebutuhan nasabah, tidak ada biaya provisi, angsuran yang ditetapkan lebih rendah dari bank lain , dan jika nasabah melakukan pelunasan maka dendanya hanya 2x margin. Faktor pendukung pembiayaan pensiun tersebut sebagai

salah satu strategi untuk menarik minat nasabah menggunakan jasa BSM KC Bondowoso.

B. Saran

1. Sebaiknya Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso untuk lebih meningkatkan pemasaran pembiayaan pensiun kepada para pensiunan agar pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri dikenal masyarakat luas dan para pensiunan tertarik untuk mengajukan pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso.
2. Sebaiknya Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso melakukan sosialisasi dan promosi ke daerah-daerah yang jauh dari pusat kota supaya masyarakat luas mengenal Bank Syariah Mandiri KC Bondowoso.



DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi Dan Suwandi. 2008. *Memahami penelitian kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Binti Nur Asiyah. 2015. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Binti Nur Asiyah. 2015. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Binti Nur Asiyah. 2015. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Buchari Alma. 2015. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari Alma. 2016. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Burhan Bungin. 2007. *Metodologi Penelitian kualitatif* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Haris Herdiansyah. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Humanika.
- Heni Dwi Wardani. 2017. *Strategi Pemasaran Word og Mouth dan Experiental dalam Mencapai Target Pemasaran PT. Bank BRI Unit Mumbulsari*. Jember: IAIN Jember.
- Hifdayatul Ikaromah. 2018. *Strategi Promosi Tabungan Simpatik di Bank Syariah Mandiri KC Situbondo*. Jember: IAIN Jember.
- IAIN Jember. 2017. Tim Penyusun pedoman penulisan karya ilmiah. Jember: IAIN Jember Press.
- Indriyo Gitosudarmo. 1998. *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Kartika Ayundari. 2018. *Pelaksanaan strategi pemasaran Bank Sumut Syariah KCP Multatuli dalam upaya meningkatkan nasabah*. Sumut: UIN Sumatera Utara Medan.
- Kasmir. 2014. *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Lexi J. Moeleong. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Mardalis. 2014. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Maulida Zulfa Rahmannisa. 2018. *Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan ib Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus*. Semarang: UIN Walisongo Semarang.
- Moh Nasir. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Muhamad. 2011. *Audit dan pengawasan syariah pada bank syariah*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Muhamad. 2016. *Manajemen keuangan syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mustafa Edwin Nasution, dkk. 2006. *Pengenalan eksklusif ekonomi islam*. Jakarta: PRANAMEDIA GROUP.
- Nur Hana. 2017. *Analisis Strategi Marketing Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang*. Jember: IAIN Jember.
- Philip kotler. 2008. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ridha Rusyda Marhan. 2018. *Strategi pemasaran pada PT Bank Syariah Mandiri KC Gresik dan PT BRIS KC Sidoarjo*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Sella Anjarsari. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Usaha Mikro studi kasus pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Shohibul Ulum. 2016. *Strategi Pemasaran Mesin Electronic Data Capture (EDC) PT. Bank Central Asia (BCA) KCU Jember*. Jember: IAIN Jember.
- Sofjan Assauri. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kombinas*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan
- Wanti Ningsih. 2020. *Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro di BRIS KCP Metro*. Metro: IAIN Metro.
- Zulfian Ainur Rofiq. 2016. *Strategi Promosi Produk Bank Syariah Studi Kasus Bank Syariah Mandiri (BSM) KC Banyuwangi*. Jember: IAIN Jember.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Zulaiha

NIM : E20161140

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam

Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini yang berjudul **“Strategi Marketing Pembiayaan Griya ib Hasanah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo”** adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali yang dirujuk dari sumber.

Jember, 03 Januari 2020

Saya yang menyatakan



Siti Zulaiha

NIM. E20161140

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
Strategi Marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo	1. Strategi Marketing 2. Marketing mix 3. Pembiayaan	1. Strategi marketing a. Definisi strategi marketing b. Langkah-langkah pemasaran 2. Marketing mix a. Product b. Price c. Place d. Promotion 3. Pembiayaan a. Definisi pembiayaan b. Tujuan pembiayaan c. Unsur-unsur kredit d. Fungsi pembiayaan e. Jenis-jenis kredit f. Prinsip-prinsip pemberian kredit g. Ukuran-ukuran kualitas kredit	1. Data Primer a. Pimpinan Bank Negara Indonesia Kntor Cabang Probolinggo b. Operasional Manajer c. Staff bagian Pembiayaan 2. Data Sekunder a. Dokumentasi b. Kepustakaan 1) Buku 2) Internet 3) Karya ilmiah	1. Pendekatan penelitian menggunakan kualitatif 2. Lokasi penelitian PT. Bank Negara Indonesia KC Probolinggo 3. Teknik pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Analisis data: deskriptif kualitatif 5. Keabsahan data: Trianggulasi sumber	1. Bagaimana strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo? 2. Bagaimana upaya pengendalian strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo?

PEDOMAN WAWANCARA

“STRATEGI MARKETING PEMBIAYAAN GRIYA iB HASANAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BNI SYARIAH KANTOR CABANG PROBOLINGGO”

1. Apa definisi pembiayaan menurut bapak?
2. Apa saja jenis-jenis pembiayaan yang ada di BNI Syariah KC Probolinggo?
3. Dari sekian produk di BNI Syariah, produk pembiayaan apa yang menjadi produk unggulan di BNI Syariah KC Probolinggo?
4. apa saja yang dilakukan oleh pihak BNI Syariah apabila akan memberikan pembiayaan kepada nasabah?
5. Seperti apa kriteria masyarakat yang bisa mendapatkan pembiayaan Griya iB Hasanah?
6. Pihak mana saja yang bekerjasama dengan BNI Syariah dalam produk Griya iB Hasanah?
7. Bagaimana strategi marketing yang dilakukan oleh pihak BNI Syariah dalam memasarkan produk Griya ib Hasanah sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah dalam setiap tahunnya?
8. Bagaimana cara agar produk Griya iB Hasanah tetap menjadi produk unggulan di lingkungan masyarakat?
9. Bagaimana cara BNI Syariah menghadapi persaingan-persaingan dari luar?

10. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses pemasaran produk Griya iB

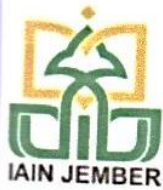
Hasanah?

11. Bagaimana upaya pengendalian strategi marketing yang dilakukan oleh

BNI Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC

Probolinggo?





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

J E M B E R

Nomor : B-1035 /In.20/7.a/PP.00./12 /2019
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan BNI Syariah Cabang Kota Probolinggo
di-

TEMPAT

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

Nama Mahasiswa : Siti Zulaiha
NIM : E20161140
Semester : VII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
No Telpon : 082232805891
Dosen Pembimbing : Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I.
NIP : 19690706 200604 1 001
Judul Penelitian : Strategi Marketing **Tabungan di BNI Syariah dalam Meningkatkan Margin di BNI Syariah Cabang Probolinggo.**
Waktu penelitian : 7 hari
Objek penelitian : 1. Pimpinan BNI Syariah Cabang Probolinggo
2. Customer Service
3. Dua (2) Staff Bagian Tabungan

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

Jember, 20 Desember 2019

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik



Probolinggo, 28 Desember 2020

No : KC/850-0/263/12/2020
Lampiran : -

Kepada Yth.

**Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember
0331 - 427005**

Hal : Surat Keterangan Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh,

"Semoga Bapak/Ibu beserta seluruh staff dalam keadaan sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT"

Dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswi saudara telah menyelesaikan penelitian di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Probolinggo dengan nama:

Nama : Siti Zulaiha
NIM : E20161140
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi & Bisnis Islam
Pelaksanaan : 10 Februari 2020

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatiannya dan kerjasamanya kami ucapkan banyak terimakasih.





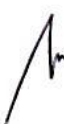


Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh,

**PT. Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Probolinggo**



Taufiq Hardy Kurniawan
Operational Manager

**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI PT. BANK BNI SYARIAH KANTOR
CABANG PROBOLINGGO**

No	Tanggal	Kegiatan	TTD
1	27 Januari 2020	Menyerahkan Surat Izin Penelitian kepada BNI Syariah KC Probolinggo	
2	05 Februari 2020	Konfirmasi diterimanya penelitian di BNI Syariah KC Probolinggo	
3	10 Februari 2020	Wawancara dengan <i>Branch Manager</i> mengenai Strategi Marketing Pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo	
4	10 Februari 2020	Wawancara dengan <i>Operational Manager</i> mengenai strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo	
5	10 Februari 2020	Wawancara dengan <i>Customer Service</i> mengenai strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo	
6	10 Februari 2020	Wawancara dengan <i>Sales Head</i> mengenai strategi marketing pembiayaan Griya iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah KC Probolinggo	
7	28 Desember 2020	Pengambilan surat selesai penelitian di BNI Syariah KC Probolinggo	

Probolinggo, Januari 2021



Taufiq Hardy Kurniawan
Operational Manager

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Suyatna selaku *Branch Manager*



Wawancara dengan Bapak Taufiq Hardy Kurniawan selaku *Operational Manager*



Wawancara dengan ibu Windy selaku *Customer Service*



Wawancara dengan Bapak Trendy selaku *Consumer Sales Head*

IAIN JEMBER

BIODATA PENULIS



🚩 DATA DIRI

1. Nama : Siti Zulaiha
2. Nim : E20161140
3. Tempat dan Tanggal Lahir : Probolinggo, 09 Februari 1998
4. Program Studi : Perbankan Syariah
5. Jurusan : Ekonomi Islam
6. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
7. Alamat : Jl. Pahlwan Gg. Gangsiran NO.20

Kelurahan. Kebonsari Kulon Kecamatan. Kanigaran Kota Probolinggo

🚩 Riwayat Pendidikan :

1. TK Siwipeni Kota Probolinggo
2. SDN Kebonsari Kulon II Kota Probolinggo
3. SMPN 9 Kota Probolinggo
4. MAN 2 Kota Probolinggo