PERAN PRODUK PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH DALAM PENINGKATAN ASET PADA PT BANK BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG JEMBER

SKRIPSI

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

Oleh :

NAIMAH
NIM: E20151155

PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
APRIL, 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PERAN PRODUK PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH DALAM PENINGKATAN ASET PADA PT BANK BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG JEMBER

SKRIPSI

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

Oleh

NAIMAH
NIM: E20151155

Disetujui Pembimbing

SUPRIANIK. SE.,M.Si
NIP: 201603136

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PERAN PRODUK PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH DALAM PENINGKATAN ASET PADA PT BANK BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG JEMBER

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Pada:

Hari : senin

Tanggal : 27 Mei 2019

Tim Penguji

Ketua	Sekertaris
Daru Anondo, SE., M.Si	**Nur Hidayat., SE., M.M**
NIP : 197503032009011009	NUP : 201603132

Anggota:

1. Dr. Khamdan Rifa'i, SE, M.Si ( )
2. Suprianik, SE., M.Si ( )

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

KEMENTERIAN AGAMA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN JEMBER REPUBLIK INDONESIA

Dr. Khamdan Rifa'i, SE, M.Si
NIP. 196808072000031001

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ABSTRAK

Naimah, Supriank SE,M.Si 2019. *Peran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah Dalam Peningkatan Aset Pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember*

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan hukum islam. Prinsip syariah yang telah diterapkan oleh bank syariah salah satunya adalah pembiayaan. Salah satu objek pembiayaan yang digunakan adalah pembiayaan kepemilikan rumah dengan menggunakan akad murabahah. Hal ini diharapkan dapat membantu masyarakat yang ingin mempunyai rumah dengan cara membayar secara angsuran/cicilan.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: a). bagaimana peran produk pembiayaan KPR dalam meningkatkan aset pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember. khususnya aset lancar? b). Bagaimana strategi pemasaran terhadap produk pembiayaan KPR dalam meningkatan aset PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember. c).apa saja kendala dalam memasarkan pembiayaan KPR PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember.

Tujuan penelitian ini adalah : a.) untuk mengetahui peran produk pembiayaan KPR dalam meningkatkan aset pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember. khususnya aset lancar. b). untuk mengetahui strategi pemasaran terhadap produk pembiayaan KPR dalam meningkatan aset PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember. c). untuk mengetahui apa saja kendala dalam memasarkan pembiayaan KPR PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember.

Penelitian ini dilakukan di PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Jenis penelitian menggunakan metode Deskriptif. Subjek penelitian di ambil dengan teknik *purposive sampling*. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Keabsahan data menggunakan trianggulasi pengumpulan data.

Berdasarkan hasil penelitian ini adalah: 1).Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah Pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar dalam peningkatan aset cukup berperan 2). Strategi pemasaran BPRS Bhakti Sumekar melalui brousur, pamflet, sosial media dan lain-lain, selain itu, strategi pemasaran BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember juga melalui sosialisasi dalam acara-acara di instansi pemerintahan dan rapat PNS, Dharma Wanita, guru-guru, serta arisan.3). Kendala pemasaran KPR dalam BPRS Bhakti Sumekar yakni pada tenor, Selain itu masih kurangnya respon masyarakat terhadap adanya tentang bank syariah.

Kata kunci : Peran, Pemasaran.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ABSTRACT

Naimah, Supriank SE,M.Si 2019. *The Role Of Home Ownership Financing Products In Increasing Assets At PT Bank BPRS Bhakti Sumekar,Jember Branch.*

Islamic banks are banks that carry out their business activities based on sharia principles in accordance with Islamic law. Sharia principles have one of it is financing. One of the objects of financing used is home ownership financing using a murabahah contract. This is expected to help people who want to have a home by paying in instaliments.

The focus of the research in this paper is: a).how is the role of KPR financing products increasing assets at PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Jember Branch especially current assets?.b).what is the marketing strategy for KPR financing products in increasing the assets of PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Jember Branch.? c).what are the constraints in marketing PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Jember mortgage loan financing?

The purpose of this study is a). to determine the role of mortgage loan products to increase assets at PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Jember Branch especially curret assets b). to find out the marketing strategy for mortgage financing products to increase the assets of PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Jember Branch.c). to find out what are the obstacles in marketing at KPR PT. Bank BPRS Bhakti Sumekar Jember Branch.

This research was conducted at PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Jember Branch using a qualitative approach, this type of research uses descriptive methods. The research subjects were taken by purposive sampling technique. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation data analysis used data reduction, data presentation, and verification. The validity of the data uses triangulation of data collection.

Based on the results of this study are 1). home ownership financing products at PT Bank BPRS Bhakti Sumekar to increase assets are quite important. 2).the marketing strategy of PT Bank BPRS Bhakti Sumekar throught brousur, pamphlets, social media and others, besides, the marketing strategy of PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Jember Branch but also through socialization in events in government agencies and PNS meetings, dharma wanita, teachers, and social gathering.3).the marketing constraints of mortgages in PT Bank BPRS Bhakti Sumekar are in the annual payment. In addition, there is still a lack of public response to the existence of Islamic banks.

Keywords : Role, Marketing.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman Judul ..... **i**
Persetujuan Pembimbing ..... **ii**
Pengesahan Tim Penguji ..... **iii**
Motto ..... **iv**
Persembahan ..... **v**
Kata Pengantar ..... **vi**
Abstrak ..... **viii**
Daftar Isi ..... **x**
Daftar Tabel ..... **xii**
Daftar Gambar ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Fokus Penelitian 10
C. Tujuan Penelitian 10
D. Manfaat Penelitian 11
E. Definisi Istilah 12
F. Sistematika Pembahasan 16
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN
A. Penelitian Terdahulu 19
B. Kajian Teori 25
1. Teori Peranan Pembiayaan 25
2. Pembiayaan Kepemilikan Rumah 37
3. Aset 38
4. Pemasaran 40
BAB III METODE PENELITIAN
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian 52
B. Lokasi Penelitian 53
C. Subjek Penelitian 53
D. Tenik Pengumpulan Data 54

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

E. Teknik Analisis Data 57
F. Keabsahan Data 59
G. Tahapan-Tahapan Penelitian 60

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian 61
B. Penyajian Data Dan Analisis 72
C. Pembahasan Temuan 78

BAB V PENUTUP DAN KESIMPULAN

A. Kesimpulan 97
B. Saran 98

LAMPIRAN-LAMPIRAN

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu 19
Tabel 1.2 Tabel Laporan asset 80
Tabel 1.3 Daftar angsuran pembiayaan KPR umum..... 91
Tabel 1.4 Daftar angsuran pembiayaan KPR PNS..... 93

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan penyaluran pembiayaan KPR BPRS BS..... 6
Gambar 1.2 Peningkatan aset BPRS BS 8
Gambar 1.3 Struktur Organisasi..... 65

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan pokok yang mendasar bagi setiap manusia terdiri dari kebutuhan sandang, pangan , dan papan. Pada zaman yang modern ini kebutuhan manusia semakin beragam. Hal tersebut tercermin pada tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dan semakin meningkat, sehingga mengakibatkan masyarakat kesulitan dalam hal menentukan mana kebutuhan primer dan mana kebutuhan sekunder. Namun, dari sekian banyak kebutuhan manusia, kebutuhan pangan, sandang, dan papan masih menjadi kebutuhan pokok yang mesti selalu menempati urutan atas dalam hal permintaan kebutuhan masyarakat. [1]

Pangan merupakan suatu kebutuhan dasar utama bagi manusia untuk dapat mempertahankan hidup, oleh karena itu kecukupan pangan bagi setiap orang pada setiap waktu merupakan hak asasi yang harus dipenuhi. Sebagai kebutuhan dasar dan hak asasi manusia, pangan mempunyai peran yang sangat penting bagi kehidupan suatu bangsa dan negara. Ketersediaan pangan yang lebih kecil dibandingkan dengan kebutuhannya dapat menciptakan ketidakstabilan ekonomi suatu negara. Berbagai gejolak sosial dan politik dapat terjadi jika ketahanan pangan terganggu, yang pada akhirnya dapat membahayakan stabilitas nasional. Berdasar kenyataan tersebut masalah pemenuhan kebutuhan pangan bagi seluruh

[1] Sapi'i, *Pemilihan Pembiayaan KPR Dengan Akad Murabahah Di Bank Muamalat Tbk Cabang Samarinda Seberang*, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam,2016), 18.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

penduduk setiap saat di suatu wilayah menjadi sasaran utama kebijakan pangan bagi pemerintahan suatu negara. Kebutuhan lain manusia yang dikatakan mendasar selain pangan yaitu kebutuhan akan papan atau rumah. Seseorang memerlukan kebutuhan tersebut untuk melindungi dirinya dari berbagai iklim/cuaca. Sebagai kebutuhan dasar manusia, rumah merupakan syarat untuk memperoleh kesejahteraan , bahkan suatu tolak ukur kesejahteraan. Dalam pernyataan tersebut maka berarti ini menunjukkan bahwa papan/rumah merupakan kebutuhan mendasar sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan pokok manusia. Pemerintah melakukan hal dalam pemenuhan kebutuhan rumah adalah dalam rangka peningkatan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Sebagai kebutuhan dasar manusia rumah merupakan syarat untuk memperoleh kesejahteraan. Bahkan suatu tolak ukur kesejahteraan. Perumahan adalah sekelompok rumah yang telah dilengkapi sarana dan prasarana. Bila telah dapat menunjang kehidupan manusia maka disebut sebagai permukiman. Dengan demikian rumah sudah menjadi kebutuhan dasar seluruh manusia untuk membina keluarga dalam rangka menjaga kelangsungan kehidupannya. Oleh karena itu manusia sangat menginginkan rumah yang nyaman dan indah. Saat ini semakin banyaknya pembangunan-pembangunan dan lahan kosong yang semakin sedikit, sehingga membuat harga lahan tanah setiap tahunnya semakin mahal, selain itu bahan-bahan bangunan yang juga ikut mahal, seiring meningkatnya kebutuhan dan berkurangan persediaan.[2]

[2] http://www.housing-estate.com

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Hadirnya pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) disebabkan karena adanya permintaan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan rumah secara cicilan. Produk ini dikelola oleh bank konvensional. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu masyarakat menginginkan sebuah produk pembiayaan rumah yang sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, untuk mempunyai sebuah rumah membutuhkan dana yang besar. Bagi sebagian kalangan membeli rumah secara tunai terasa mudah. Tetapi tidak sedikit pula dari sebagian kalangan yang merasa berat jika harus membeli rumah secara tunai. Sehingga mereka lebih memilih membelinya dengan cara mencicil atau yang biasa dikenal dengan namanya kredit. Untuk bisa memiliki rumah dengan cara kredit tentu saja diperlukan pihak sebagai perantara yang dapat memberikan sarana tersebut. Untuk masyarakat yang ingin memiliki rumah secara kredit maka peran perbankan sangat dominan digunakan, dan perbankan memiliki fungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut dalam bentuk kredit kepada masyarakat.[3] Oleh karena itu bank disebut sebagai lembaga intermediary, artinya bank sebagai lembaga perantara antara pihak yang kelebihan uang dengan pihak yang kekurangan uang, begitu juga dengan bank syariah, bank syariah berfungsi sebagai lembaga intermediary, dimana dalam menjalankan usahanya tidak dapat dipisahkan dari prinsip-prinsip syariah yang mengatur operasional bank Syariah. Prinsip inilah yang dijadikan sebagai pijakan atau landasan untuk mengembangkan Produk-produk syariah.

[3] Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2015) ,5.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif dengan akad murabbahah (jual-beli) untuk membeli, membangun, merenovasi rumah/ruko ataupun untuk membeli kavling siap bangun dengan system angsuran tetap hingga ahir pembiayaan sehingga memudahkan nasabah mengelola keuangannya. KPR merupakan Produk pinjaman untuk kepemilikan residen dalam bentuk rumah tinggal tersebut ditujukan kepada kalangan profesional, wiraswasta, maupun golongan berpenghasilan tetap. Produk pembiayaan KPR yang digunakan dalam perbankan syariah memiliki berbagai macam perbedaan dengan KPR di perbankan konvensional. Hal ini merupakan implikasi dari perbedaan prinsipal yang diterapkan perbankan syariah dan perbankan konvensional, yaitu konsep bagi hasil dan kerugian *(profit and loss sharing)* sebagai pengganti sistem bunga perbankan konvensional. Dalam produk pembiayaan pemilikan rumah ini, terdapat beberapa perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional, diantaranya adalah: pemberlakuan sistem kredit dan sistem *mark up*, kebolehan dan ketidakbolehan tawar menawar *(bargaining position)* antara nasabah dengan bank prosedur pembiayaan dan lain sebagainya. Memiliki rumah adalah impian setiap keluarga baik untuk tempat tinggal atau tempat usaha. Namun tingginya tingkat kenaikan penduduk setiap tahunnya menjadi kendala dalam mencari lahan atau rumah untuk dimiliki. Bagi masyararakat yang berpenghasilan menengah keatas, perbankan syariah memberikan syarat-syarat tertentu untuk melakukan pembiayaan KPR syariah ini. Rata-rata bank syariah memberikan jangka waktu 15 tahun atau lebih untuk melunasi tagihan yang harus dibayar oleh nasabah. Pada umumnya sistem yang

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

digunakan dalam produk KPR syariah ini menggunakan *Murabbahah* (jual-beli). Pembiayaan Kepemilikan Rumah atau biasa disebut KPR syariah merupakan salah satu alternatif bagi masyarakat untuk mendapatkan segala kebutuhan yang berkaitan dengan perumahan dengan akad syariah. Hal ini sejalan dengan semakin dikenalnya bank syariah tersebut juga melayani pembiayaan kepemilikan rumah, bank syariah adalah bank yang dalam mengoprasinya menggunakan prinsip syariah atau hukum Islam, dimana dalam kegiatan perbankan (peyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Lembaga Dewan Syariah Nasional (DSN) yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah.[4]

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar pun juga hadir memenuhi permintaan masyarakat akan kebutuhan rumah dimana dalam BPRS Bhakti Sumekar disini produk yang disediakan yakni produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah dengan menggunakan akad murabbahah. Pembiayaan Kepemilikan Rumah tersebut yakni fasilitas pembiayaan untuk kepemilikan rumah sesuai dengan prinsip syariah. Untuk penyaluran dana berdasarkan akadnya, BPRS Bhakti Sumekar membagi berdasarkan 4 jenis akad. Terdiri dari : Akad *Murabbahah,* Akad *Mudharabah,* Akad *Musyarakah,* dan *Qardh.* Dari semua akad yang berlaku di BPRS Bhakti Sumekar yang memberikan kontribusi terbesar yaitu akad Murabbahah dengan kontribusi 85,96% dari total Pembiayaan. Akad murabbahah disini merupakan akad dengan konsep jual beli dengan perolehan selama 2017 sebesar Rp 426,89 milyar tumbuh sebesar 15,81% dari perolehan

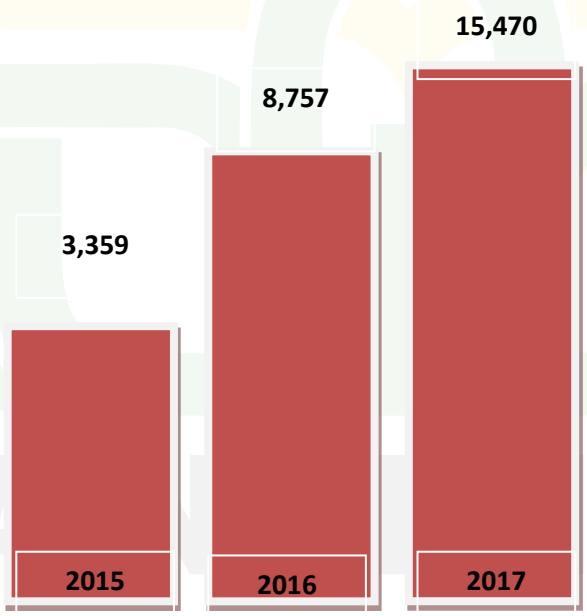
[4] Sapi'i, *Pemilihan Pembiayaan KPR Dengan Akad Murabahah Di Bank Muamalat Tbk Cabang Samarinda Seberang,* (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam,2016), 19.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dari tahun 2016 sebesar Rp 368,60 milyar. Akad *murabbahah* yang dimiliki BPRS Bhakti Sumekar merupakan akad yang paling digemari masyarakat. Dalam hal ini berhasil memberikan kontribusi yang signifikan yaitu 78,72% dari total pembiayaan yang disalurkan. Adapun produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) dalam BPRS Bhakti Sumekar dengan menggunakan akad murabbahah juga selalu mengalami peningkatan.[5] Sebagaimana dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 1.1

Peningkatan penyaluran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Tahun 2015-2017 pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar



Annual Report BPRS Bhakti Sumekar

[5]BPRS Bhakti Sumekar, "*Annual Report Bhakti Sumekar*", (april,2018).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

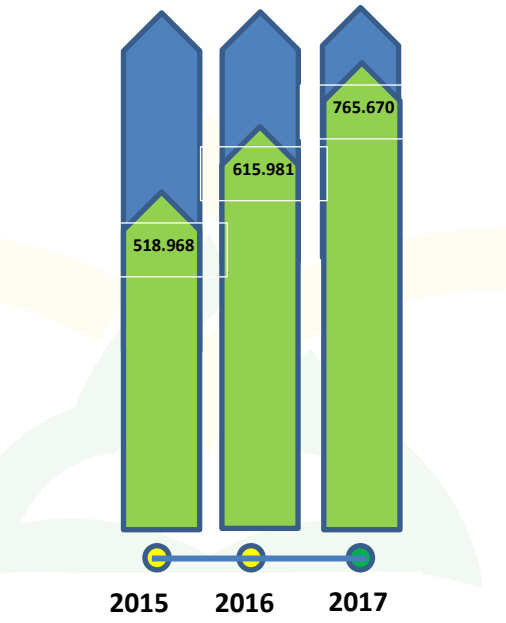
Pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa penyaluran pembiayaan KPR selama 3 tahun dari 2015-2017 pada PT BPRS Bhakti Sumekar mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017. Peningkatan tersebut juga dibarengi dengan peningkatan pembiayaan serba guna. Peningkatan penyaluran pembiayaan kepemilikan rumah tersebut juga merupakan peluang bagi bank untuk merealisasikan pada peningkatan aset pada bank. Karena sebagian besar kegiatan perekonomian masyarakat membutuhkan kredit (pembiayaan), melalui pemberian kredit (pembiayaan) nasabah melakukan pembayaran melalui rekening semakin bertambah, sehingga tujuan dari kredit (pembiayaan) selain untuk mendapatkan hasil yang optimal dari pemberian kredit (pembiayaan), juga untuk meningkatkan pendapatan bank karena dana dalam bank akan bertambah dengan sendiriya.

Sampai dengan tahun 2017, PT BPRS Bhakti Sumekar masih terus fokus dan berupaya mempertahankan perolehan kinerja keuangan untuk menjadi BPR Syariah terbaik di Indonesia sehingga per 2017, Aset BPRS Bhakti Sumekar telah mencapai sebesar Rp.765,67 miliar, pembiayaan yang diberikan sebesar Rp. 542.31 miliar, perolehan ini tidak lepas dari kepercayaan stakeholder dan shareholder dan kerja keras serta inovasi dari seluruh keluarga besar BPRS Bhakti Sumekar. Kondisi tersebut sangat jelas bahwasanya peningkatan aset pada BPRS Bhakti Sumekar setiap tahun terus mengalami peningkatan. Seperti gambar di bawah ini :[6]

[6] BPRS Bhakti Sumekar, "*Annual Report Bhakti Sumekar*", (april,2018), 68

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Gambar 1.2
Peningkatan Aset Pada PT BPRS Bhakti Sumekar[7]



Annual Report BPRS Bhakti Sumekar

Kondisi bisnis perbankan yang terus meningkat tentu harus diikuti dengan strategi marketing yang sesuai dan memadai. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan karyawan yang terus berkembang, baik dalam kompetensi, wawasan maupun pengalamannya. Selain menguasai kompetensi analisis kredit, seorang financing officer juga harus memiliki kompetensi di bidang pemasaran.[8] Hal itu disebabkan karena seorang financing officer yang baik harus mampu memberikan kontribusi pertumbuhan pembiayaan dan tetap menjaga kualitas pembiayaan yang diberikan. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, perbankan harus memiliki strategi yang efektif guna memaksimalkan produk yang dipasarkan kepada nasabah.

[7] BPRS Bhakti Sumekar, "*Annual Report Bhakti Sumekar*", (april,2018).

[8] IBI-LSPP, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama,2015,) hal 215

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Pemasaran merupakan suatu proses untuk memersepsi, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan target market yang telah dipilih secara khusus. Dengan demikian, pemasaran dalam perbankan merupakan suatu proses penyelarasan antara produk dan layanan perbankan yang dimiliki bank dengan kebutuhan pasar. Proses pemasaran ini akan memengaruhi hubungan antara produk dan layanan perbankan yang dimiliki bank dengan keinginan dan kebutuhan nasabah, serta langkah-langkah yang dilakukan oleh pesaing dalam menghadapi aktivitas pemasaran yang dilakuan tersebut. Pemasaran terhadap produk KPR sangatlah penting, hal ini merupakan kunci suksesnya agar diterimanya produk KPR pada masyarakat. Bermacam-macam produk dengan berbagai nama tentu sudah dilakukan oleh bank. Pemasaran umumnya langsung pada takaran produk tertentu yang dimiliki oleh bank. Misalnya sebuah bank ada yang mempunyai layanan kredit pemilikan rumah, kredit kendaraan, dan lain sebagainya. Produk-produk atau layanan bank di indonesia pada umumnya telah melalui berbagai macam program atau media. Mulai dari pamflet, iklan, bulletin gratis hingga mengikuti pameran-pameran mengenai perbankan khususnya produk KPR. Intinya program-program atau strategi pemasaran dilakukan langsung pada sebuah aktivitas untuk menawarkan produk yang spesifik dari sebuah bank. Salah satu strategi yang efektif adalah strategi pemasaran yang meliputi segmentasi pasar dan pembidikan pasar, strategi produk, strategi harga, trategi tempat dan strategi promosi. Tujuan dari strategi pemasaran adalah memahami keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga apa yang di inginkan konsumen dapat terpenuhi.[9]

[9]Philip kotler, *Manajemen Pemasaran edisi 13,* (Jakarta: Erlangga,2008), 5.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Dan perbankan juga harus memiliki sumber daya manusia yang baik dan sarana yang memadai agar kegiatan operasional perbankan dapat berjalan dengan lancar. Dengan adanya latar belakang masalah di atas, maka penulis ingin memaparkan secara jelas dengan mencoba melakukan penelitan mengenai PERAN PRODUK KREDIT PEMILIKAN RUMAH DALAM PENINGKATAN ASET PADA PT. BANK BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG JEMBER.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, dapat diajukan pertanyaan penelitian *(research question)* yaitu :

1. Bagaimana Peran Produk Pembiayaan KPR dalam meningkatkan Aset Pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember?
2. Bagaimana strategi pemasaran terhadap produk Pembiayaan kepemilikan Rumah dalam meningkatkan aset PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember?
3. Apa saja kendala dalam memasarkan produk pembiayaan KPR PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai penulis dengan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

1. Untuk megetahui Peran Produk pembiayaan KPR terhadap Peningkatan Aset Pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk KPR yang dilakukan oleh PT. Bank BPRS Bhakti Sumekar cabang Jember dalam peningkatan Aset bank.
3. Untuk mengetahui apa saja kendala dalam memasarkan produk Pembiayaan KPR di PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang hendak dicapai penulis dengan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis, penelitian ini diharapakan agar bisa menambah wawasan ilmu penegetahuan di bidang lembaga keuangan yaitu penyaluran dana khususnya tentang " PERAN PRODUK PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH DALAM PENINGKTAN ASET PADA PT BANK BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG JEMBER "
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 strategi perbankan dalam memasarkan produknya serta mengevaluasi

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pemasaran produk tersebut yang telah dilakukan oleh PT Bank Bprs Bhakti Sumekar tersebut.

b. Bagi Lembaga

Sebagai sumber informasi dikemudian hari bagi mereka yang mengadakan penelitian dan sebagai bahan masukan untuk 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 produk pembiayaan kepeemilikan Rumah sehingga meningkatkan aset pada bank dan bisa berdampak positif masa yang akan mendatanag.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatia peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahfahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.

1. Produk

Produk adalah segala sesuatu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Hal-hal perlu diperhatikan terkait dengan poduk antara lain :

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a) Aspek produk bertujuan pada manfaat, visualisasi produk, menambah nilai produk.

b) Klasifikasi produk, bisa dilakukan dengan *Aspinwall Clarification System*.

c) Diferensiasi produk, dapat dilakukan dengan *product lining* ataupun *product bundling.*

d) product positioning, adalah cara yang dilakukan oleh pemasar untuk membangun citra atau identitas dibenak konsumen untuk produk, merek, atau lembaga tertentu.

e) Konsep Brand (merek): *Brand Experience, Brand image, Brand Recognition, Brand Franchise, Family Branding, Individual Branding, Strategi Branding.*

f) Manajemen Merek meliputi: Identitas Merek, *Brand Enconding*,

g) Pengembangan Nama Merek : nama berdasar pengalaman, nama yang membangkitkan, aset merek, liabilitas merek, ekuitas merek, strategi merek, dan *product line*. [10]

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk tersebut mencangkup obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide. Jasa disini adalah segala aktifitas atau manfaatyang ditawarkan untuk dijual oleh suatu pihak secara enensial tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas apapun.[11]

---

[10] Ujang Sumarwan dkk, *Pemasaran Strategik* (Bandung: Alfabeta, 2013), 7.

[11] https://www.sekolahpendidikan.com/2017/08/pengertian-produk-klasifiksi-dan.html?m=1

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

H . Djaslim Saladin, SE mengemukakan beberapa pengertian produk diantaranya : Pengertian Produk dalam arti sempit yaitu sekelompok sifat fisik an kimia yang berwujud yang dihimpundalam suatu bentuk serupa dan yang telah dikenal. Sedangkan dalam arti luas yaitu sekelompok sifat yang berwujud dan tidak berwujud yang didalamnya tercangkup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer, dan pelayanan yang dapat diterima konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen. Dan pengertian produk secara umum yaitu segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

2. Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

KPR adalah suatu fasilitas pinjaman uang yang diberikan oleh pihak perbankan kepada para nasabah perorangan yang akan digunakan untuk membeli atau merenovasi rumah dengan persyaratan tertentu. Dengan adanya KPR, memiliki rumah sendiri bukan lagi sesuatu yang sulit, karena ada fasilitas kredit yang diberikan oleh kalangan perbankan.[12]

3. Pembiayaan

Pembiayaan dalam perbankan syariah atau istilah teknisnya Aktiva produktif, menurut ketentuan bank Indonesia adalah penanaman dana Bank Syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, qardh, surat berharga syariah, penempatan, penyertaan modal.

[12] Rudi Saleh Susetyo, *Kajiian Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan Kredit Pemilikan Rumah* (Jakarta: Departemen Perlindungan Konsumen OJK,2017), 8

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Sementara, komitmen dan kontijengsi pada rekening administratif serta sertifikat wadiah Bank Indonesia. [13]

Menurut undang-undang perbankan Nomor 10 tahun 1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lainnya mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertetu dengan pemberian bunga.

Sedangkan pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat 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.

Adapun yang menjadi pebedaan antara kredit yang diberikan oleh bank berdasarkan konvensional dengan pembiayaan yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip syariah terletak pada keuntungan yang diharapkan. Bagi bank berdasarkan prinsip konvensional keuntungan yang diperoleh melalui bunga sedagkan bagi bank berdasarkan prinsip syariah keuntungan yag diperoleh berupa imbalan atau bagi hasil.

Pembiayaan merupakan sumber pendapatan bagi bank syariah. Tujuan pembiayaan yag dilaksanakan perbankan syariah terkait dengan stakeholder, yakni:

[13] IBI-LSPP, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama,2015) , 26.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a) Pemilik

b) Pegawai

c) Masyarakat

d) Pemerintah

4. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses untuk memersepsi, memahami, menstimulasi, dan memenuhi kebutuhan target market yang telah dipilih secara khusus.[14] Dengan demikian, pemasaran dalam perbankan merupakan suatu proses penyelarasan antara produk dan layanan perbankan yang dimiliki bank dengan kebutuhan pasar. Proses pemasaran ini akan memengaruhi hubungan antara produk dan layanan perbankan yang dimiliki bank dengan keinginan dan kebutuhan nasabah, serta langkah-langkah yang dilakuan oleh pesaing dalam menghadapi aktivitas pemasaran yag dilakukan terebut.

Secara sederhana pemasaran diartikan sebagai proses pemindahan produk (barang atau jasa) dari tangan produsen ke tangan konsumen. Namun demikian, cakupan kegiatan dalam pemasaran cukup kompleks karena meliputi berbagai jenis kegiatan, seperti menganalisis potensi pasar dan perilaku konsumen, pengembangan produk, penentuan harga, pendistribusian, dan promosi barang yang dijual.

F. Sistematika Pembahasan

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

[14] Ibid., 217.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini merupakan dasar dalam penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, 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, Bab ini membahas tentang penelitian terdahulu dan kajian teori pada penelitian terdahulu akan dijelaskan untuk dijadika *refrensi* peneliti. Kemudian pada kajian teori dijelaskan tentang pembahasan teori yang dijadikan beberapa materi penjelasan yaitu pertama tentang Peran produk pembiayaan kepemilikan rumah dalam meningkatkkan aset PT BPRS Bhakti Sumekar. Yang kedua tentang pemasaran produk kredit pemilikan rumah dalam peningkatan aset pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar. 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, Bab ini membahas 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, Bab ini membahas tentang hasil penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian, penyajian data serta analisis data dan pembahasan temuan.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

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

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang berbicara mengenai strategi pemasaran suatu produk dalam perbankan syariah baik pembiayaan maupun pendanaan. Tinjauan pustaka ini dimaksudkan sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan penelitian sebelumnya yang tentunya masing-masing mempunyai andil besar dalam mencari teori–teori dan konsep-konsep yang dapat dijadikan landasan bagi penelitian yang hendak dilakukan. Daftar dan karya yang peneliti jadikan kajian pustaka adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama / Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Alwi, 2011, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Evaluasi Pemasaran Produk KPR Syariah Dengan Akad Murabbahah	Sama-sama membahas tentang Produk KPR dan sama-sama membahas tentang Pemasaran Produk KPR sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif	Perbedaan dalam Penelitian Muhammad Alwi memaparkan Strategi yang digunakan Dalam pemasaran. Dengan tujuan untuk mengetahui marketing mix yang digunakan Bank Permata dalam penetapan Harga, Target yang di inginkan. Sedangkan dalam penelitian ini memaparkan tentang pemasaran

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

				poduk yang bertujuan untuk mengetahui peningkatan asetnya.
2.	Rida Faiqoh, 2013, Lembaga Nusantara Demak	Analisis Strategi Pemasaran KPRS Di BANK Muamalat Cabang Kudus	Sama-sama membahas tentang produk kredit pemilikan rumah (KPR) dan sama-sama membahas tentang pemasaran KPR syariah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif	Perbedaan dalam Penelitian dari Rida Faiqoh memaparan tentang pemasaran KPR . penelittian ini bertujuan untuk mengetahui banyak konsumen atau nasabah yang memanfaatkan produk tersebut. Sedangkan dalam penelitian ini juga memaparkan pemasaran KPR hanya saja lebih menekankan pada peningkatan asetnya.
3.	Fitri Hidayati, 2014, Universitas Jember	Studi Analisis Akad Pembiayaan Murabbahah Terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di Bank Muamalat Cabang Jember	Sama-sama membahas tentang Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan akad Murabbahah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif	Perbedaan dalam Penelitian dari Fitri Hidayati tentang analisis pembiayaan murabbahah terhadap KPR. Yang bertujuan untuk mengetahui apakah konsep produk murabbahah yang dilakukan Bank Muamalat Cabang Jember . sedangkan dalam penelitian ini lebih menekankan pada peningkatan aset terhadap pemasaran KPR.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

4.	Neneng Zakiyatul Badriyah, 2014, UI N Syarif Hidayatullah Jakarta	Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya IB Hasanah Bank BNI Syariah KCP Cilandak	Sama-sama membahas tentang pemasaran , Bauran Pemasaran terhadap produk KPR sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif	Perbedaan dalam Penelitian Neneng Zakiyatul Badriyah bertujuan untuk mengetahui Harga pada produk KPR, Strategi yang di implementasikan di Bank BNI Syariah KCP Cilandak. Sedangkan dalam penelitian ini membahas pemasaran prouk untuk mengetahui peningkatan aset dengan memasarkan produk.
5.	Eki Wulandari, 2016. UIN Walisongo Semarang	Analisis Terhadap Pembiayaan KPR BRI Syariah IB Dengan Akad Murabbahah Di BRI Syariah Cabang Pembantu Pati Dalam Perspektif Hukum Islam	Sama-sama membahas tentang Produk KPR sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif	Perbedaan dalam Penelitian Eki Wulandari, membahas tentang analisis pembiayaan KPR IB dengan akad Murabahah di Bank BRI Syariah Cabang Pembantu Pati dengan menjelaskan pembiayaan dalam perspektif hukum islam Sedangkan dalam penelitian ini memaparkan tentang peran dan

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

				pemasaran poduk KPR yang bertujuan untuk mengetahui peningkatan asetnya.
6.	Eko Wibowo, 2016. IAIN Salatiga	Analisis Mekanisme Pembiayaan Griya IB Hasanah (KPR) Di Bank BNI Syariah Cabang Semarang	Sama-sama membahas tentang Produk KPR sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif	Perbedaan dalam Penelitian Eko Wibowo, membahas tentang pemilihan pembiayaan KPR Bank BNI Syariah Cabang Semarang, dengan menjelaskan bagaimana mekanisme pembiayaan KPR pada Bank BNI Syariah Cabang Semarang Sedangkan dalam penelitian ini memaparkan tentang peran dan pemasaran poduk KPR yang bertujuan untuk mengetahui peningkatan asetnya.
7.	Sapi'i, 2016. IAIN Samarinda	Pemilihan Pembiayaan KPR Dengan Akad Murabahah (Studi Kasus Bank Muamalat Tbk) Cabang Pembantu Samarinda	Sama-sama membahas tentang Produk KPR dengan menggunakan akad murabahah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Perbedaan dalam Penelitian Sapi'i, membahas tentang pemilihan pembiayaan KPR dengan akad murabahah di Bank Muamalat Cabang Pembantu Samarainda dengan menjelaskan bagaimana cara memilih produk

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

			Deskriptif	pembiayaan KPR pada Bank Muamalat Cabang Pembantu di samarinda. Sedangkan dalam penelitian ini memaparkan tentang peran dan pemasaran poduk KPR yang bertujuan untuk mengetahui peningkatan asetnya.
8.	Toni Yadi, 2016. UIN Ar-raniry Banda Aceh	Manajemen Resiko Pembiayaan KPR (Kredit Kepemilikan Rumah) Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh	Sama-sama membahas tentang Produk KPR sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif	Perbedaan dalam Penelitian Toni Yadi, membahas tentang analisis pembiayaan KPR yang berfokus pada manajemen resikonya di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh dengan menjelaskan manajemen risiko dalam pembiayaan KPR Sedangkan dalam penelitian ini memaparkan tentang peran dan pemasaran poduk KPR yang bertujuan untuk mengetahui peningkatan asetnya.
9.	Dewi Lestari Ningsih 2017, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Analisis Pembiayaan KPR Indensya IB Dengan Akad	Sama-sama membahas tentang Produk KPR	Perbedaan dalam Penelitian Dewi Lestari Ningsih membahas tentang analisis pembiayaan

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		Istishna' Pada Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciputat	sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif	KPR indensya IB dengan akad Istishna' di Bank BTN cabang pembantu ciputat. Sedangkan dalam penelitian ini memaparkan tentang peran dan pemasaran poduk KPR yang bertujuan untuk mengetahui peningkatan asetnya.
10.	Siti Mariatu Ulfa, 2017, IAIN Jember	Risiko pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) Di BRI Syariah Rogojampi Banyuwangi, 2017	Sama-sama membahas tentang KPR, dan membahas tentang Risiko sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif	Pebedaan dalam Penelitian dari Siti Mariatul Ulfa memaparkan tentang Analisis Risiko Pembiayaan KPR Bersubsidi Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) yang bertujuan untuk mengetahui risiko pada KPR Bersubsidi, cara yang di lakukan BRI Syariah Rogjambi dalam menganalisis Risiko. Sedangan Dalam Penelitian ini membahas tentang pemasaran KPR yang bertujuan untuk mengetahui peningkatan aset melalui pemasaran Produk.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

B. Kajian Teori

1. Teori Peranan Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, disamping tugas mengumpulkan dana dari masyarakat. Sebagaimana diketahui, bahwa fungsi atau tugas pokok utama bank adalah sebagai pnghimpun dan penyalur ana kepada masyarakat. Salah satu bentuk penyaluran dana kepada masyarakat itu adalah pembiayaan, yaitu memberikan fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan deficit unit. Meurut sifatnya, pembiayaan dapat dibagi pada pembiayaan produktif dan pembiayaan konsumtif. Pembiayaan produktif adalah pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas yaitu untuk peningkatan usaha, baik produksi perdagangan maupun investasi. Sedangkan pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.[15]

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 *istisna.*

[15] Ahmadiono, *Dasar-dasar Bank Syariah* (Jember: Stain Jember Press, 2013),108

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

4. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh, dan Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan atau 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 *ujroh*, tanpa imbalan atau bagi hasil.[16]

Pembiayaan dalam perbankan syariah atau istilah teknisnya Aktiva produktif, menurut ketentuan bank Indonesia adalah penanaman dana Bank Syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, *qardh*, surat berharga syariah, penempatan, penyertaan modal. Sementara, komitmen dan kontijengsi pada rekening administratif serta sertifikat wadiah Bank Indonesia. [17]

Menurut undang-undang perbankan Nomor 10 tahun 1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lainnya mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertetu dengan pemberian bunga.

Sedangkan pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk

[16] Muhammad, *Manajeman Bank Syaria,* (Jakarta: Rajawali Pers,2014), 40

[17] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah,* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 196

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Adapun yang menjadi pebedaan antara kredit yang diberikan oleh bank berdasarkan konvensional dengan pembiayaan yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip syariah terletak pada keuntungan yang diharapkan. Bagi bank berdasarkan prinsip konvensional keuntungan yang diperoleh melalui bunga sedagkan bagi bank berdasarkan prinsip syariah keuntungan yang diperoleh berupa imbalan atau bagi hasil[18].

b. Landasan Syariah

1) Al-Quran

"maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu," (QS.An-Nisa: 12)

"dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagaimana mereka berbuat zalim kepada sebagaimana yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini." (Q.S. Shad: 24)

2) Al-Hadis

Dari Abu Hurairah, rasulullah saw bersabdah: "sesungguhnya Allah SWT berfirman: aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak menghianati temannya," (H.R. Abu Dawud No. 2936, dalam kitab Al Buyu dan Hakim).[19]

[18] Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 85.
[19] Edi Susilo, *Analisis Pembiayaan Dan Risiko Perbankan Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2017),111.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

c. Prinsip Pembiayaan

Prinsip dasar pembiyaan pada bank syariah adalah:

a) Mempertahankan Nasabah (*Retain Customer*)

Dalam praktiknya, mempertahankan nasabah jauh lebih sulit daripada mendapatkan nasabah baru. Nasabah lama mempunyai nilai plus daripada nasasbah yang baru. Karena dari nasabah lama, kita tahu *track record*-nya. Rekam jejak ini sangat diperlukan dalam menilai nsabah. Nasabah baru berisiko lebih besar dari nasabah lama, karena nasabah barukecendrungan terjadinya asimetris informasi lebih besar. Maka bank cenderung lebih baik mempertahankan nasabah lama yang rekam jejaknya telah teruji daripada mencari nasabah baru.

b) Meningkatkan Kualitas (*Repeat Order*)

Repeat Order (pengulangan) nasabah yang telah melunasi pembiayaannya kemudian mengajukan kembali pembiayaan setelah rekam jejak angsurannya terlihat performe (baik) merupakan bukti kualitas dari proses penanganan nasabah yang berhasil. Maka bagi bank, *repeat order* ini menjadi suatu yang sangat diperhatikan, bahkan banyak kasus yang dijumpai nasabah yang baik, sebelum pembiayaannya lunas sudah ditawari kembali untuk pembiayaan baru dengan jumlah yang lebih tinggi dari pembiayaan yang lama, tentunya dengan pertimbangan hasil analisis yang relevan.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

c) Mendapatkan Nasabah (*Acquisition*)

Bank dalam operasinya selalu selalu melakukan ekspensi dengan berusaha mendapatkan nasabah baru yang baik dan layak, tidak jarang bank mendapatkan nasabah dari nasabah bank lain. dalam dunia persaingan hal semacam ini tidak dapat dihindari dan merupakan bagian dari hukum alam yang harus dilalui oleh bank. Maka persaingan menuntut untuk memberikan nilai lebih daripada pesaing. Bila pesaing memberikan banyak fasilitas, maka kita harus memberikan banyak kemudahan. Bila bank lain memberikan harga yang lebih murah, maka kita harus mampu memberikan nilai lebih daripada harga murah, misalnya pelayanan, perhatian, silaturrahmi dan lainnya.

d) Mitigasi Risiko (*Risk Mitigation*)

Bagaimana mengidentifikasi, mengukur mengelola dan memperkecil risiko. Risiko dalam pembiayaan tidak dapat dihilangkan, yang bisa adalah diperkecil atau dikurangi. Adanya jaminan dan asuransi adalah sarana untuk memperkecil risiko pembiayaan. Kemcetan yang terjadi sering terjadi karena mitasi yang tidak tepat, misalnya kesalahan analisis pembiayaan karena kemampuan SDM-nya rendah. Ini adalah satu contoh mitigasi risiko yang gagal, karena tidak berhasil menyiapkan SDM yang baik dalam proses pembiayaan.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

e) Optimalisasi Pendapatan (*Return Optimalization*)

Bagaimana mengoptimalisasi pendapatan dengan tingkat risiko yang wajar. Pendapatan yang tinggi pembiayaan berbanding lurus dengan risiko yang dihadapi. Artinya semakin tinggi peluang pendapatan bank, maka risiko yang dihadapi akan semakin besar. Maka bank dituntut untuk mengoptimalkan pendapatan risiko yang menyertainya. Pada prinsipnya mengapa margin pendapatan dari pegawai yang dipotong gajinya secara bulanan lebih rendah daripada pembiayaan modal kerja perusahaan dagang, kerena berbanding lurus dengan risiko yang dihadapi oleh bank. Pembiayaan modal kerja perusahaan dagang walaupun terdapat jaminan yang cukup, namun terjadinya siklus yang dinamis untuk terjadi penurunan omset bahkan dengan persaingan yang ketat perusahaan dagang sering kalah bersaing sehingga omsetnya menurun. Ini berbeda dengan karyawan yang gajinya secara bulanan lalu bank melakukan pemotongan gaji secara otomatis yang risikonya lebih rendah.[20]

d. Unsur-unsur Pembiayaan

1) Kepercayaan

Dalam pembiayaan factor utama mengapa sebuah bank memberikan uangnya kepada nasabah karena kepercayaan. Kepercayaan ini adalah memercayakan sejumlah dana untuk dikelola nasabah. Kepercayaan ini dapat disalahgunakan bila tidak diberikan

[20] Ibid.,114.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

kepada orang yang benar. Maka dalam proses pembiayaan memilih orang yang benar ini menjadi unsur yang sangat penting, karena menyerahkan uang sama halnya kita kita menyerahkan senjata kepada orang lain. bila orang yang kita beri senjata adalah penjahat, maka senjata tersebut bisa jadi malh diarahkan kepada kita, bukan kepada sasaran yang dituju. Begitupula pembiayaan, bila salah memilih orang, maka risiko itu justru dibebankan kepada bank untuk menanggung segala konsekuensinya. Memang agunan harus tetap ada, akan tetapi bila terjadi risiko kemacetan dan nasabah tidak mempunyai kemampuan maupun kemauan untuk membayar, maka eksekusi jaminan dalam proses pembiayaan bukanlah hal sederhana, memakan energi dan biaya yang besar.[21]

2) Waktu/masa

Kepercayaan yang diberikan kepada nasabah mempunyai waktu sampai dilunasinya pembiayaan. Masa antara pencairan sampai pelunasan pembiayaan dapat terjadi hal-hal diluar dugaan kita. Karena perjalanan bisnis tidak selalu seperti yang diprediksi diawal. Terkadang ada masa-masa sulit dalam usaha. Hal demikian, maka pengalaman usaha dari nasabah menjadi penting untuk dijadikan rujukan dalam memberikan pembiayaan kepada nasabah. Dalam pembiayaan sudah pasti berjangka waktu sampai pelunasannya. Dalam keadaan wajar, jangka waktu yang lama akan memberikan keuntungan

[21] Ibid.,114.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

yang lebih besar daripada jangka waktu yang pendek, namun jangka waktu yang lama juga sekaligus memberikan probabilitas risiko yang besar, karena kita tidak bisa mengetahui apa yang akan terjadid dimasa mendatang. Kemampuan kita hanya dibatasi dalam memprediksi sesuai data-data empiric atau pengalaman di masa lalu. Maka dalam pembiayaan pemilihan jangka waktu yang tepat sangat diperlukan sesuai karakteristik jenis pembiayaan yang diajukan nasabah. Pembiayaan investasi pasti berbeda dengan pembiayaan modal kerja, pembiayaan KPR (kredit kepemilikan rumah) berbeda dengan pembiayaan untuk pengadaan kendaraan.[22]

3) Risiko

Pembiayaan selain berpotensi menghasilkan return juga berpotensi menimbulkan risiko, yaitu akibat yang dapat timbul karena adanya jangka waktu antara pemberian pembiayaan dengan pelunasan di samping kemungkinan kerugian juga keuntungan. Risiko ini dapat diperkecil dengan proses diawal yang baik dan benar. Lebih baik menolak pembiayaan dengan potensi return besar tetapi berisiko macet besar, daripada memberikannya akan tetapi bermasalah dikemudian hari. Risiko pembiayaan merupakan risiko yang melekat pada dunia perbankan, risiko ini tidak dapat ditolak dan dihindari, cara menghindari atau memperkecilnya adalah dengan adanya jaminan dan asuransi. Namun sekali lagi jaminan dan asuransi ini bukan untuk

[22] Ibid.,115.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

mengcover risiko, hanya memperkecil risiko saja. Karena banyak terjadi kasus adanya jaminan dan asuransi tetapi pembiayaannya tetap macet/bermsalah. Maka kehati-hatian dalam analisis di awal sangat penting dalam proses pembiayaan.[23]

4) Penyerahan

Yang dimaksud dengan penyerahan adalah mengalihkan nilai ekonomi uang/dana, barang atau jasa kepada pihak lain, yang dikembalikan pada saat pelunasan sama dengan nilai ekonomi uang pada saat pemberian pembiayaan. Menyerahkan sejumlah uang ke nasabah hanya diganti dengan selembar kertas atau beberapa lembar kertas berupa jaminan. Memang kertas yang diserahkan tersebut punya nilai, namun yang bernilai bukan kertas yang diserahkan akan tetapi barang jaminannya yang dalam hal ini pun masih berada ditangan nasabah disertai dengan bukti kepemilikan yang dalam hal ini disimpan di bank untuk jaminan. Jadi secara fisik, bank sesungguhnya hanya tempat memindah kertas dari lemari nasabah ke brankas bank. Makah al demikian tidak diperhitungkan dengan cermat dan analisis yang mendalam tentang kelayakan nasabah, maka akan mengakibatkan risiko kemacetan dikemudian hari yang notabenya menjadi risiko yang harus ditanggung bank sepenuhnya. Eksekusi jaminan hanya kan

[23] Edi Susilo, *Analisis Pembiayaan Dan Risiko Perbankan Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2017),116.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dilakukan jika semua jalan penyelesaian buntu. Itupun membutuhkan proses yang tidak mudah dan waktu yang sebentar.[24]

e. Tujuan Pembiayaan

Pembiayaan merupakan sumber pendapatan bagi bank syariah. Tujuan pembiayaan yag dilaksanakan perbankan syariah terkait dengan stakeholder, yakni:

1) Pemilik
2) Pegawai
3) Masyarakat
4) Pemerintah
5) Bank

f. Jenis-jenis Kredit (Pembiayaan)

1. Pembiayaan Konsumer

Pembiayaan konsumer merupakan pembiayaan yang diberikan untuk pembelian yang bersifat konsumtif atau digunakan sendiri, seperti rumah, apartemen, mobil, barang-barang elektronik, dan lain-lain. Berikut beberapa jenis produk pembiayaan consumer.

a. Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR), yaitu fasilitas pembiayaanyang diberikan kepada perorangan untuk keperluan pembelian rumah/tempat tinggal/apartemen /rukan yang dijual melalui developer atau nondeveloper dan diperuntukkan bukan untuk usaha, tetapi dapat juga digunakan untuk *take over* dan renovasi.

[24] Ibid., 117.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b. Pembiayaan Pemilikan Kendaraan Bermotor, merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli kendaraan bermotor, seperti mobil roda empat atau motor dengan tahun produksi umumnya dibawah lima tahun. Pembiayaan untuk kendaraan bermotor umumnya menggunakan akad *murabbahah.*

c. Pembiayaan Tanpa Agunan, merupakan pembiayaan yang diberikan tanpa *second way out* berupa *fixed asset*. Pembiayaan ini diberikan dengan mempertimbangkan kemampuan nasabah pembiayaan untuk membayar angsurannya setiap bulan, atau dilakukan dengan perlindungan asuransi berbasis syariah.

d. Pembiayaan Multiguna, yaitu fasilitas pembiayaan perorangan/individu yang memiliki pendapatan/penghasilan tetap maupun tidak tetap untuk berbagai keperluan atau keperluan konsumtif dengan agunan/jaminan berupa rumah tinggal/apartemen/ruko/rukan yang dimiliki berdasarkan prinsip syariah.

e. Kartu Pembiayaan Syariah merupakan kartu plastik yang dikeluarkan oleh bank syariah yang diberikan kepada nasabah untuk dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan pengambilan tunai berdasarkan prinsip syariah yang sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI.[25]

[25] IBI-LSPP, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2015),50.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

2. Pembiayaan Ritel

Pembiayaan Ritel merupakan pembiayaan yang diberikan kepada perorangan ataupun badan usaha da digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha. Besarnya jumlah pembiayaan yang diberikan pada egmen ritel ini bervariasi pada setiap bank syariah.

Berikut beberapa alasan kegiatan usaha yang dimiliki perorangan ataupun badan usaha memerlukan pembiayaan ritel.[26]

a. Pembiayaan penambahan persediaan barang atau menjaga persediaan pada level minimum.
b. Tagihan dari *supplier* lebih cepat dibandingkan dengan pembayaran dari *customer*.
c. Beberapa customer besar meminta penundaan pembayaran.
d. Diversifikasi usaha dan produk.
e. Ekspansi bisnis sehingga membutuhkan kantor baru atau peralatan/perlengkapan produksi baru.
f. Modernisasi peralatan/perlengkapan.

g. Fungsi Pembiayaan

Ada beberapa fungsi dari pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat penerima, diantaranya:

1) Meningkatkan daya guna uang
2) Meningkatkan daya guna barang
3) Meningkatkan peredaran uang

[26] Ibid., 51.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

4) Menimbulkan kegairahan berusaha
5) Stabilitas ekonomi
6) Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional
7) Sebagai alat hubunga ekonomi intrnasional[27]

2. Pembiayaan Pemilikan Rumah

Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) adalah suatu fasilitas pinjaman uang yang diberikan oleh pihak perbankan kepada para nasabah perorangan yang akan digunakan untuk membeli atau merenovasi rumah dengan persyaratan tertentu. Dengan adanya KPR, memiliki rumah sendiri bukan lagi sesuatu yang sulit, karena ada fasilitas kredit yang diberikan oleh kalangan perbankan.

Keuntungan memanfaatan KPR adalah calon nasabah pemilik tidak harus menyediakan dana secara tunai untuk membeli rumah. Cukup menyediakan uang muka kemudian membayar angsuran KPR yang telah disetujui. Umumnya KPR memiliki jangka waktu yang panjang sehingga angsuran yang dibayar apat diiringi dengan ekspektasi peningkatan penghasilan.

Ada 2 jenis KPR yang dikenal di Indonesia, yaitu :

1. KPR Subsidi

KPR Subsidi merupakan suatu kredit ringan yang diperutukkan kepada masyarakat berpenghasilan menengah kebawah dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan perumahan atau perbaikan rumah yang telah

[27] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 198

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dimiliki. Bentuk subsidi yang diberikan berupa subsidi keringanan kredit dan subsidi menambah dana pembangunan atau perbaikan rumah.

2. KPR Non Subsidi

KPR Non Subsidi adalah suatu kredit pemlikan rumah yang diperuntukkan bagi seluruh lapisan masyarakat untuk mendapatkan tipe rumah yang diinginkan. Ketentuan KPR ditetapkan oleh bank yang menyalurkan pinjaman, sehingga penentuan besarnya kredit maupun suku bunga dilakukan sesuai kebijakan bank yang bersangkutan. [28]

3. *Asset*

1. pengertian aktiva atau aset

Aset adalah kekayaan (sumber daya) yang dimiliki oleh entitas bisnis yang di ukur secara jelas menggunakan satuan uang serta sistem pengurutannya berdasar pada seberapa cepat perubahannya dikonversi menjadi satuan uang kas. Aktiva adalah sumber daya yang dimiliki karena terjadinya peristiwa dimasa lalu dan manfaat ekonominya diharapkan diperoleh oleh perusahaan dimasa yang akan mendatang.[29]

2. Jenis-Jenis Aset

Seperti yang disebutkan sebelumnya, aset merupakan hak yang bisa dipakai dalam operasional perusahaan. Beberapa benda yang dianggap

[28] Rudi Saleh Susetyo, *Kajiian Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan Kredit Pemilikan Rumah*, (Jakarta: Departemen Perlindungan Konsumen OJK,2017), 8
[29] Marisi P.Purba, *Akuntansi Keuangan*, (Jakarta :Graha Ilmu, 2013),10

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

sebagai aset diantaranya; gedung/ bangunan, mobil, merk dagang, hak paten teknologi, uang kas, dan benda/ barang berharga lainnya.

Pada umumnya, aset dibagi menjadi beberapa kategori untuk keperluan analisis :

a. Aset Lancar (*Current Asset)*

Pengertian aset lancar adalah aset yang diharapkan dapat terealisasi dan memberikan manfaat dalam jangka pendek, yaitu sekitar satu tahun. Aset lancar ini berupa investasi jangka pendek, kas, piutang, persediaan, biaya yang harus dibayar, dan penghasilan yang masih diterima.

b. Aset Tetap (*Fixed Asset)*

Pengertian aset tetap adalah aset yang memiliki wujud dan siap untuk digunakan/ difungsikan dalam operasional perusahaan. Aset tetap tidak dimaksudkan untuk dijual, dan memiliki manfaat yang lebih dari satu tahun. Beberapa aset tetap meliputi; gedung, tanah, investasi jangka panjang.

c. Aset Tak Berwujud (*Intangible Asset*)

Pengertian aset tidak berwujud adalah aset tetap yang tidak memiliki wujud dan memiliki manfaat dengan memberikan hak ekonomi dan hukum kepada pemiliknya. Beberapa aset tidak berwujud ini diantaranya; merk dagang, waralaba, hak cipta, goodwill, hak paten.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

d. Aset Lain

Aset lain ini adalah gambaran berbagai pos yang tidak dapat secara layak digolongkan ke dalam aset lancar, aset tetap, dan aset tidak berwujud.

4. *Pemasaran*

Penafsiran yang sempit tentang pemasaran ini terlihat dari definisi *American Marketing Association* 1960, yang menyatakan pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Disamping penafsiran ini terdapat pula pandangan yang lebih luas, yang menyatakan pemasaran merupakan proses kegiatan yang mulai jauh sebelum barang-barang / bahan-bahan masuk dalam proses produksi. Dalam hal ini banyak keputusan pemasaran yang harus dibuat jauh sebelum produk itu dihasilkan, seperti keputusan mengenai produk yang dibuat, pasarnya, harga, dan promosinya.[30]

Pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep, memberi harga, melakukan promosi, dan mendistribusikan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi.

[30] Philip kotler, *Manajemen Pemasaran* edisi 13, (Jakarta: Erlangga,2008),5.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran inilah bisa diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya.

Philip Kotler mendefinisikan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mepertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Lalu apa yang membedakan pemasaran bank dengan pemasaran produk lainnya. Tidak ada yang terlalu membedakan Antara pemasaran bank dengan pemasaran lainnya, melainkan karakteristik produknya, dimana produk yang dijual bank adalah lebih bersifat jasa dan bukan barang. Sehingga produk yang dijualnya sedikit abstrak atau tidak dapat dilihat secara nyata namun tetap dapat dirasakan oleh nasabah. Karena perbedaan tersebut strategi pemasaran yang diterapkan haruslah yang tepat yaitu strategi pemasaran bagi produk jasa.

Sehingga secara umum dapat diartikan bahwa pemasaran bank merupakan suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan kepada nasabah. Produk atau jasa bank yang dimaksud disini antara lain produk penghimpunan dana bank berupa giro, tabungan, dan deposito; serta produk penyaluran dana

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

berupa pembiayaan baik pembiayaan yang bersifat konsumtif maupun produktif baik dengan menggunakan akad murabahah, bagi hasil, sewa atau akad pelengkap lainnya; ataupun jasa bank pendukung lainnya seperti transfer, bank garansi, kafalah, inkaso, *safe deposit box*, kartu kredit, *letter of credit*, dan sebagainya. [31]

Setiap tindakan yang dilakukukan apakah oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen perusahaan itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan hendak dicapai dapat dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang, kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam prakteknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk :

a) Memaksimumkan konsumsi, atau dengan kata lain, memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
b) Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung

[31] Ibid, 6

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya (getuk tular).

c) Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memilki beragam pilihan pula.

d) Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

1) Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses untuk memersepsi, memahami, menstimulasi, dan memenuhi kebutuhan target market yang telah dipilih secara khusus. [32] Dengan demikian, pemasaran dalam perbankan merupakan suatu proses penyelarasan antara produk dan layanan perbankan yang dimiliki bank dengan kebutuhan pasar. Proses pemasaran ini akan memengaruhi hubungan antara produk dan layanan perbankan yang dimiliki bank dengan keinginan dan kebutuhan nasabah, serta langkah-langkah yang dilakuan oleh pesaing dalam menghadapi aktivitas pemasaran yag dilakukan terebut.

Secara sederhana pemasaran diartikan sebagai proses pemindahan produk (barang atau jasa) dari tangan produsen ke tangan konsumen. Namun demikian, cakupan kegiatan dalam pemasaran cukup kompleks karena meliputi berbagai jenis kegiatan, seperti menganalisis potensi pasar

[32] IBI-LSPP, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* ,(Jakarta :2015),217.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dan perilaku konsumen, pengembangan produk, penentuan harga, pendistribusian, dan promosi barang yang dijual.

American Marketing Assocition mendefinisikan pemasaran sebagai proses dari perencanaan dan pelaksanaan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya, peentuan harga, promosi, dan distribusi barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang dapat memuaskan tujuan individu dan organisasi. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses social dan manajerial dari sejumlah aktivitas berkesinambungan yang dimulai dari perencanaan dan pelaksanaan rancangan produk, harga, promosi, dan distribusi dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukara sesuatu yang bernilai bagi target/kelompok sasaran.[33]

Sebagaimana dalam penjualan jasa, aktivitas pemasaran dalam industri perbankan berfokus pada konsumen atau nasabah itu sendiri. Pemasar menjadi orang yang melayani dan berusaha mengetahui produk serta jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam aktivitas pemasaran jasa bank, ada dua kegiatan yang dilakuan secara bersama-sama, yaitu kegiatan pemasaran untuk menghimpun dana (dalam bentuk simpanan) dan kegiatan pemasaran untuk memasarkan dana (dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan), serta jasa-jasa perbankan lainnya. Kompetisi perbankan menjadi semakin ketat, dimana bank syariah tidak hanya berkompetisi dengan sesama bank syariah, tapi juga bersaing

[33] Ibid.,216

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dengan institusi keuangan non bank lainnya. Dengan demikian, calon nasabah mempunyai banyak pilihan dan akses terkait kebutuhan akan layanan keuangan mereka.

Berikut komponen utama dalam pemasaran [34]

a. Industri/pemasar/ produsen, yaitu kumpulan perusahaan yang memproduksi produk yang sama (bank).
b. Konsumen/pasar, yaitu pembeli-pembeli produk individual, tidak memperoleh laa maupun pembeli yag menggunakanya untuk proses produksi lebih lanjut demi memperoleh laba
c. Lingkungan pemasaran, yaitu sesuatu yang mengelilingi usaha pemasaran, dan merupakan pelaku serta kekuatan diluar pemasaran untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang berhasil denga pelanggan sasaran. Lingkungan pemasaran terdiri atas lingkungan mikro (terdiri atas pelaku yang dekat dengan perusahaan an memengaruhi kemampuan perusahaan untuk melayani pelanggannya, antara lain pemasok, perantara pemasaran, pelanggan, pesaing, dan masyarakat), dan ligkungan makro (merupakan kekuatan social yang lebih besar da memengaruhi lingkungan mikro perusahaan , antara lain demografi, ekonomi, alam, tekhnologi, politik, budaya)

[34] Ibid., 222

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

2) Strategi Pemasaran

Secara umum, strategi pemasaran dimaknai sebagai serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu yang terkait dengan pemindahan produk (barang dan jasa) dari tangan produsen ke tangan konsumen, yang meliputi identifikasi dan evaluasi peluang, analisis segmen pasar, pemilihan target pasar, dan perencanaan bauran pemasaran yang tepat.

Setiap langkah yang dilakukan dalam memformulasikan strategi pemasaran harus diorietasikan pada upaya mencapai kepuasan pelanggan yang merupakan kunsi utama konsep pemasaran dan strategi pemasaran. Hal itu berarti proses yang ditempuh oleh setiap pihak (bank) dapat beraneka ragam sesuai dengan kesanggupan dan karateristik masing-masing, namun dengan tujuan akhir yang sama, yaitu tercapainya kepuasan konsumen. Semua fungsi pemasaran (meliputi tenaga penjualan, promosi, layanan pelanggan, manajemen produk, dan riset pemasaran) harus berkoordinasi dan bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan nasabah secara lebih baik dibandingkan dengan pesaing.[35]

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jadi, konsep

[35] Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern,* (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada,1999),61.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pemasaran merupakan orientasi perusahaan yang menekankan bahwa tugas pokok perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar, dan selanjutnya memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut sehingga dicapai tingkat kepuasan langganan yang melebihi dari kepuasan yang diberikan oleh para pesaing.

Menurut *Kotler* konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Kemudian kunci yang kedua adalah pemberian kepuasan seperti yang diinginkan oleh konsumen secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing. [36]

Konsep inti dari kegiatan pemasaran sesuai syariah adalah :

a) Kebutuhan, keinginan dan permintaan

   Kebutuhan merupakan tuntutan dasar manusia, yang terdiri dari kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Keinginan merupakan bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual atau dibentuk oleh lingkungan masyarakat. Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli. Keingingan dapat berubah menjadi permintaan bila disertai dengan daya beli.

[36] Philip kotler, *Manajemen Pemasaran* edisi13, (Jakarta: Erlangga,2008), 29.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b) Produk (jasa dan barang)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk yang dijual pada industri perbankan adalah produk yang sifatnya jasa, sehingga pemasar harus mampu melakukan inovasi pemasaran yang cocok untuk pemasaran jasa.

c) Nilai, biaya, dan kepuasan

Nilai dapat diartikan sebagai perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut. Nilai disini dapat diartikan sebagai nilai nominal, yaitu harga dari produk tersebut. Sementara kepuasan pelanggan adalah apa yang didapat oleh konsumen dibandingkan dengan persepsi konsumen atas produk tersebut.

d) Pertukaran, transaksi, dan hubungan

Pertukaran yang merupakan konsep inti dari pemasaran, mencakup perolehan produk yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Pertukaran disini dapat pula bermakna pertukaran manfaat produk yang dimiliki perusahaan kepada konsumen.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

e) Pasar

Pasar adalah perangkat pembeli yang aktual dan potensial dari sebuah produk. Untuk mencapai pasar sasaran, ada tiga jenis saluran pemasaran yang dapat digunakan, yaitu saluran komunikasi, saluran distribusi, dan saluran jasa.

f) Pemasaran, pemasar, dan prospek

Pemasaran berarti mengolah pasar untuk menghasilkan pertukaran dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasar adalah pihak yang memasarkan atau menawarkan manfaat suatu produk kepada pihak lain yang menjadi pasar sasaran dari produk tersebut. Sementara prospek adalah pihak yang merupakan target pasar potensial dari produk yang ditawarkan oleh pemasar.

Pada dasarnya pengertian konsep pemasaran mempunyai persamaan dengan konsep pemasaran bank. Konsep pemasaran (produksi) berorientasi pada kebutuhan konsumen, sedangkan konsep pemasaran berorientasi pada konsumen (nasabah).

Konsep pemasaran bank mengandung arti :

a) Mempunyai falsafah yang mantap dan bertanggung jawab

b) Berorientasi pada nasabah di satu pihak

c) Menguntungkan perusahaan di pihak lain

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3) Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan komponen yang diperlukan dalam pemasaran, yang digunakan oleh bank untuk mencapai tujuan pemasarannya pada suatu target market. Bauran pemasaran terdiri atas 4p *(product, price, place, promotion*).[37]

a. *Poduct* merupakan jenis produk (simpanan, pembiayaan) dan jasa perbankan yang akan ditawarkan kepada masyarakat /nasabah yag dapat memberian manfaat , memenuhi kebutuhan , dan memuaskan nasabah.
b. *Price* merupakan tingkat suku Bunga/komisi/fee yang ditawarkan kepada nasabah atas pilihannya menggunakan suatu produk atau jasa bank
c. *Place* (termasuk distribusi), merupakan outet-outlet bank atau ATM yang menjadi akses bagi nasabah dalam berhubungan dengan bank terkait kebutuhan mereka terhadap produk atau jasa bank.
d. *Promotion* merupakan suatu aktivitas dan materi untuk mengomunikasikan informasi persuasive yang menarik tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah, baik secara langsung maupun pihak lain yang dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam menentukan pilihan terhadap suatu bank.

   Dalam perkembangannya, dikenal juga istilah 7p, dengan 3p yang selanjutya adalah people, physical evidence, process.

[37] Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada,1999),79.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a. *People* merupakan karyawan (dan pelanggan/rekanan) yang terlibat dalam kegiatan memproduksi dan menyampaikan produk dan jasa bank

b. *Physical Evidence* merupakan perangkat-perangkat yang bernilai tambahan dan menduung pelayanan yang diperlukan dalam menyajikan kualitas produk dan jasa kepada nasabah.

c. *Process* merupakan suatu metode pengoperasian atau serangkaian tindakan yang diperlukan untuk menyajikan produk dan jasa yang baik kepada nasabah, yang meliputi system dan prosedur, termasuk persyaratan ataupun ketentuan yang diberlakukan oleh bank terhadap produk dan jasa bank yang akan merefleksikan penilaian terhadap kualitas pelayanan.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan dengan standar ukuran yang telah ditentukan.[38] Seorang peneliti yang akan melalui proyek penelitian, sebelumnya ia dituntut untuk mengetahui metode serta sistematika penelitian. Jika peneliti tersebut hendak mengungkapkan kebenaran melalui suatu kegiatan ilmiah. Adapun dalam penelitian ini digunakan beberapa tehnik atau metode penelitian yang meliputi :

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pada penelitian kualitatif lebih menekankan rumusan bahasa yang bermakna dari pada kuantifikasi dan analisis data. Pengolahan data kualitatif dilakukan dengan cara mentranskip data (baik itu hasil wawancara maupun dokumen-dokumen yang terkait penulisan). Kemudian data tersebut diklasifikasi sesuai masalah yang di bahas.[39]

Sedangkan jenis penelitian ini berbentuk field Research (penelitian lapangan) jika dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat analisis bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang sedang berlaku di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterprestasikan kondisi yang sekarang terjadi atau ada. Studi lapangan dilakukan dengan cara observasi langsung ke objek penelitian yaitu Bank BPRS Bhakti Sumekar

[38] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* (Jakarta: Rineka Cipta,2002), 126

[39] Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,* (Jember: IAIN Jember Press,2015), 46

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

cabang jember untuk melakukan wawancara dengan narasumber guna memperoleh data dan informasi.[40]

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, teks, dan sebagainya).[41] Adapun lokasi Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah dikantor PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember. Jl.Trunojoyo No. 123A, Kaliwates Jember, jawa timur.

Bank BPRS Bhakti Sumekar menjadi Alasan peneliti memilih lokasi tersebut berdasarkan pertimbangan, yaitu: a). karena produk pembiayaan dalam Bank BPRS Bhakti Sumekar disini mengalami peningkatan setiap tahunnya. Salah satu produk pembiayaan yang BPRS Bhakti sumekar yakni produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR). b). lokasi penelitian mudah dijangkau.

C. Subjek Penelitian

Dalam menentukan subjek penelitian atau untuk menentukan siapa saja yang menjadi sumber data yang peneliti tuju, maka peneliti menggunakan tehnik Purposive. Adapun tehnik Purposive adalah teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu. Dimana dalam pengambilan data tersebut peneliti mewawancarai Bapak Bustanul Ulum selaku Kepala Cabang PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember dan Ibu Wiwin selaku marketing di PT

[40] Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan,* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), 100.

[41] Tim penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,* (Jember: IAIN Jember Press,2015), 46.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember, karena bapak Bustanul Ulum dan Ibu Wiwin Tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan dalam pengambilan data tentang produk pembiayaan kepemilikan rumah dalam PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember, sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.[42]

Adapun subjek yang dijadikan informan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

a. Bapak Bustanul Ulum selaku Kepala Cabang PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember,
b. Ibu Wiwin selaku Marketing PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik utama dalam penelitian, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber.[43] 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 yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

[42] Sugiyono, *Metode PenelitianKualitatif dan Kuantitatif R&D,* (Bandung: Alfabeta,2011), 218

[43] Sugiyono, *Metode PenelitianKualitatif dan Kuantitatif R&D,* (Bandung: Alfabeta,2014), 228

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Adapun rincian teknik pengumpulan data tersebut antara lain, sebagai berikut :

1) Teknik pengamatan (Observasi)

   Untuk mendapatkan data yang kongkrit, peneliti melakukan kunjungan langsung terhadap BPRS Bhakti Sumekar cabang jember. Observasi merupakan metode pengamatan dan pencatatan gejala-gejala atau fenomena yang diteliti. Adapun observasi yang dilakukan bersifat nonpartisipan, yaitu suatu bentuk observasi dimana peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat.[44] Jadi peneliti hanya mengamati dan tidak ikut serta dalam kegiatan yang diamatinya. Observasi yang penulis lakukan disini yaitu dengan melakukan observasi secara langsung terhadap kegiatan operasional yang ada di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember lebih khususnya di bagian Administrasi.

2) Wawancara

   Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan, dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara terstruktur maupun bebas dengan kepala Cabang PT Bank BPRS Bhakti Sumekar dan karyawan Bank BPRS Bhakti Sumekar untuk

[44] Sugiyono, *Metode PenelitianKualitatif dan Kuantitatif R&D,* (Bandung: Alfabeta,2017), 228

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

menganalisis peran produk pembiayaan kepemilikan rumah dalam peningkatan aset bank.

3) 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. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa dibentuk tulisan, gambaran atau karya-karya monumental dari seseorang.[45] Dengan demikian, maka jelaslah bahwa metode doumentasi yang dipakai dalam penelitian ini digunakan oleh peneliti untuk mencari data-data yang sudah didokumentasikan seperti buku-buku, laporan, arsip, majalah, arsip-arsip, formulir-formulir, dokumen transaksi yang di gunakan dalam transaksi pembiayaan KPR BPRS Bhakti Sumekar, dan sebagainya. Kesemua dokumen-dokumen di atas berfungsi untuk mendukung informai-informasi yang diperlukan atau tambahan referensi guna penyusunan laporan tugas akhir ini.

Adapun data yang diperoleh dari metode dokumentasi ini adalah :

1. Sejarah berdirinya PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember.
2. Visi dan misi PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember.

[45] Ibid,240

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. Struktur Organisasi dan data-data yang mencangkup produk KPR di PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember.

4). Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan informasi dengan cara membaca literatur dan catatan lainnya yang berhubunga dengan peran produk pembiayaan KPR yang di terapkan untuk menunjang penelitian ini, dengan mengutip beberapa teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

E. Teknik Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. yaitu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata bertulis ataupun narasi dari orang-orang yang berkaitan dengan penelitian. Karena penelitian ini berbentuk kualitatif data yang di ambil adalah deskriptif yang berupa kata-kata atau tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati data-data tersebut diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan diinformasikan kepada orang lain.[46] Analisis data yang dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Jadi analisis data deskriptif kualitatif adalah menganalisis data yang sudah terkumpul berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan

[46] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2010), 401.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dokumentasi. Analisis dekriptif kualitatif dilakukan dengan cara memberikan predikat kepada variabel yang diteliti sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Langkah-langkah analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:[47]

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

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

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data reduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, atau dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi.

c. *Conclusion Drawing /Verification* (Penarikan Kesimpulan/Verifikasi)

Suatu kesimpulan dalam peneliti bukanlah merupakan suatu karangan atau diambil dari suatu proses tertentu yaitu menarik dalam arti memindahkan suatu dari suatu tempat ke tempat yang lain, menarik kesimpulan penelitian harus mendasarkan diri atas semua data yang diperoleh dalam penelitian.

[47] Sugiyono, *Metode PenelitianKualitatif dan Kuantitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta,2017), 247.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Dalam pelaksanaannya analisis data perlu adanya langkah-langkah dalam pelaksanaannya. Adapun proses analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:[48]

1. Menumpulkan data yang telah diperoleh.
2. Mereduksi data yang telah dikumpulkan dengan cara mengambil data-data yang diperlukan dan membuang data yang tidakk diperlukan.
3. Membuat kategori atau mengelompokkan data sesuai jenisnya.
4. Menyajikan data dalam bentuk teks naratif.
5. Membuat kesimpulan dari data-data yang telah disajikan.

F. Keabsahan data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep keahlian (validitas) dan kendala (reabilitas). Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan, pelaksanaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu.[49] Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan, keterampilan, kebergantungan, dan kepastian. Pada penelitian ini, dalam hasil pengujian keabsahan data yang diperoleh yaitu menggunakan teknik triangulasi. Tringulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai tenik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Sedangkan untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, peneliti menggunakan trianggulasi sumber.[50]

---

[48] Ibid, 252

[49] Ibid, 408

[50] Sugiyono, *Metode PenelitianKualitatif dan Kuantitatif R&D* ,(Bandung: Alfabeta,2017), 241.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

G. Tahapan-tahapan 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:

a. Tahap Pra Lapangan

1. Menentukan lokasi penelitian yaitu di PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember
2. Menyusun proposal penelitian .
3. Mengurus surat izin (jika diberlakukan)

b. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Pada tahap ini peneliti mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data. Yaitu kepada Kepala cabang dan karyawan BPRS Bhakti Sumekar cabang Jember

c. 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.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Latar Belakang PT. BPRS Bhakti Sumekar

Dikeluarkannya Undang-undang No 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemeritah No.25 tentang Kewenangan Pemeritah dan Kewenangan Propinsi sebagai daerah otonom, maka kewenangan otonom saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut lembaga berikut perangkatnya.

Serta untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), Pemerintah kabupaten sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yag diharapkan dapat memenuuhi tujuan tersebut. Dimana pada gilirannya lembaga keuangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan dan mendayagunakan perekonomian daerah guna mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata. Bentuk lembaga keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah sumenep yang sangat ideal adalah lembaga keungan mikro, dalam hal ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).[51]

Untuk memenuhi maksud dan tujuan tersebut diatas pemrintah kabupaten sumenep melakukan akuisisi Bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidoarjo yaitu PT. BPR DANA MERAPI untuk kemudian direlokasi ke kabupaten sumenep. Untuk melakukan akuisisi terhadap PT.BPR

[51] Sumber: Annual Report PT. BPRS Bhakti Sumekar, 2017

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Dana Merapi Pemkab Sumenep membuat *Memorandum of Understanding* (MOU) dan surat perjanjian kerjasama pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di kabupaten Sumenep Nomor **910/608b/435.304/200-1011/BMI/PKS/XII/2001** yang ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan **PT Bank Syariah Muamalat Indonesia,** tbk pada tagga 27 Desember 2001. Dalam MOU tersebut pihak PT Bank Muamalat sebagai pelaksanaan dalam proses pengambil alihan BPR serta bertanggung jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perijinan, rekruitmen, petihan dan pembinaan.[52]

Setelah sukses membuka kantor cabang disejumlah kecamatan sumenep, giliran kabupaten jember menjadi target bidikan pasar. Pembukaan kantor BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember ini merupakan yang ke 25, yang diresmikan pada hari jum.at 10 November 2007. Dengan dibukanya kantor cabang yang ada di jember, dengan harapan kehadiran BPRS Bhakti Sumekar menjadi stimulus positif bagi peningkatan usaha ekonomi masyarakat, Sebelumnya BPRS Bhakti Sumekar telah sukses membuka tiga kantor cabang di pamekasan dan 21 kantor cabang di sumenep. PT BPRS Bhakti Sumekar terus melakukan terobosan dalam mengembangkan jaringan bisnis perbankan berbasis syariah. BPRS Bhakti sumekar ini juga bekerja sama dengan BUMD Jember . Direktur Utama PT BPRS Bhakti Sumekar mengatakan kabupaten Jember secara geografis dan perekonomian cukup strategis, ditambah kultur budayanya nyaris sama dengan Sumenep. Sedangkan penetrasi pasar perbankan berbasis syariah, khususnya BPRS masih minim. Dan pembukaan

[52] Ibid

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

cabang Jember, sebagai bagian dari strategi peningkatan kapasitas BPRS Bhakti Sumekar menjadi lebih besar, kuat, sehat dan bermanfaat bagi masyarakat dimana BPRS berada. Keberadaan BPRS Cabang Jember dalam tempo 1,5 tahun sudah balik modal. Target asset BPRS Bhakti Sumekar pada tahun 2019 mencapai Rp 1 triliun.

Jenis Usaha : Lembaga Keuagan Syariah (Bank Syariah)

Berdiri : Pada tanggal 16 September 2002 dengan akta pendirian nomor 24 oleh notaris karuniawan Surjanto,SH notaris sidoarjodan persetujuan dari Bank Indonesia no. 04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 november 2003. Dan mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No. C19351 NT.01.04 tahun 2002 tanggal 08 Oktober 2002 tentang Persetujuan Akta Peruahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas.

Izin Usaha : Izin usaha PT BPRS Bhakti Sumekar pada tanggal 1 November 2002 telah mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No. 6/606/Dpbs Jakarta tanggal 21 Mei 2004 serta Bank Indonesia Cabang Surabaya No. 6/353/DPBPR/IDBPR/Sb tanggal 22 juli 2004. Dan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dari gubernur bank Indonesia no.674/KEP.GBI/2004 tanggal 22 September 2004 dan beroperasi secara prinsip syariah mulai 22 Oktober 2004.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

2. Visi dan Misi BPRS Bhakti Sumekar

Visi dan Misi PT. BPRS Bhakti Sumekar adalah sebagai berikut :

a) Visi

Terwujudnya masyarakat yang sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya.

b) Misi

1. Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasarkan syariah.
2. Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.
3. Mengupayakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah

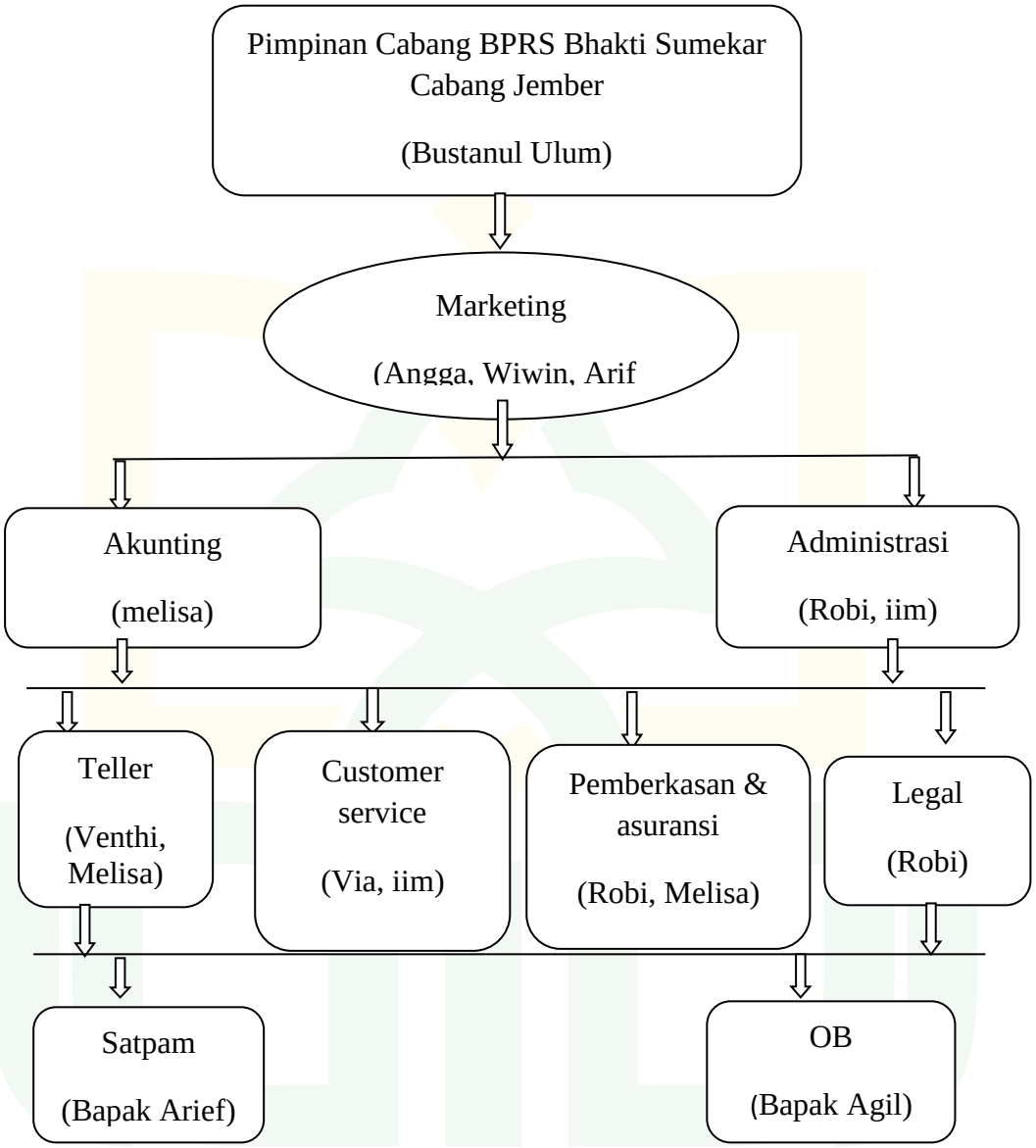
3. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan bagian yang harus ada disebuah instansi atau dinas pemerintahan sebagai realisasi kerja struktural sebuah instansi atau dinas pemerintahan tersebut serta menunjukkan sebuah struktur kerja.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Gambar 1.3



4. Letak Geografis PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember

Penelitian ini dilakukan di PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember yang beralamatkan di Jl. Trunojoyo No. 123a, Kauman, Kepatihan, Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68131.

Web: www.bhaktisumekar.co.id, Gmail: info@bhaktisumekar.co.id,

Telp: 0331481163

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

5. Job Diskripsi Pegawai BPRS Bhakti Sumekar

1. Pinca (Pimpinan Cabang) adalah Mengarahkan, mengkoordinasikan, dan mensupervisi seluruh kegiatan yang meliputi kegiatan pemasaran dan operasional, untuk menjamin tercapainya target anggaran yang ditetapkan secara efektif dan efisien oleh bank.
2. Marketing adalah secara struktural berada langsung dibawah pimpinan cabang yang mempunyai kewajiban untuk selalu berkoordinasi dan bertugas memperkenalkan serta mmasarkan produk BPRS Bhakti Sumekar baik barang maupun jasa yakni: melaksanakan strategi pemasaran produk bank ntuk mencapai target, melakuan survey potensi bisnis daerah, melaksanakan sosialisasi kepada nasabah, melayani permohonan pembiayaan yang di minta nasabah, dan mengawasi pembiayaan nasabah.
3. Akunting yakni bertugas melakukan pengaturan administrasi keuangan perusahaan, menyusun dan membuat laporan keuangan perusahaan, menyusun dan membuat laporan perpajakan, menyusun dan membuat anggaran pengeluaran perusahaan secara periodi, menyusun dan membuat anggaran pendapatan perusahaan secara periodic, melakukan pembayaran gaji karyawan, menyusun dan membuat surat-surat yang berhubungan dengan perbankan dan kemampuan keuangan perusahaan.
4. Administrasi secara umum yakni bertugas mengelola kas kecil dan kas besar untuk membuat dan menyusun data keuangan, memelihara dokumen dan sistem data yang ada di bank, melakukan kegiatan administrative seperti surat menyurat, input data, rekap data dan dokumentasi, menyusun

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

laporan bulanan berupa laporan kegiatan dan laporan keuangan. Supporting dalam kegiatan audit.

5. Teller (kasir) yaitu secara umum pekerjaannya yang sehari-hari berhadapan langsung dengan nasabah, yakni untuk keperluan transaksi sehari-hari, setiap pembayaran atau penerimaan tunai (kas) kecuali dengan personalia dan pengeluaran kas kecil, untuk tukar menukar uang, dan penarikan kembali setoran *house check* kliring oleh nasabah.
6. Customer service yaitu bertanggung jawab melayani nasabah dengan memberikan infomasi produk dan layanan serta melaksanakan transaksi operasional sesuai dengan kewenangannya, berdasarkan instruksi nasabah dan kebijakan serta aturan yang telah ditetapkan. Sebagai petugas yang menerima dan menangani kelhan nasabah, melayani nasabah dalam pembukuan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya.
7. Pemberkasan dan asuransi yakni menangani berkas-berkas dalam perasuransian nasabah dalam menggunakan produk dan jasa bank.
8. Legal yakni bertugas menangani semua hal termasuk dokumen dan permasalahan hukum, berwenang melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap peraturan baru yang dikeluarkan pemerintah yang berkaitan dengan operasional perusahaan.
9. Satpam yaitu mempunyai tugas pengamanan yang bertaggung jawab kepada kepala cabang daam hal keamanan, mengawasi dan menjaga keamanan dari kegiatan operasional kantor, selalu waspada terhadap

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

kemungkinan terjadinya kejahatan yang dapat menganggu kegiatan operasional.

10. OB yaitu bertugas menjaga kebersihan kantor secara keseluruhan, membantu penyimpanan arsip dan dokumen nasabah.

6. Produk-produk BPRS Bhakti Sumekar

Kegiatan menghimpun dana dari masyarakat (Funding) dalam bentuk simpanan. Adapun kegiata pokok perbankan PT BPRS Bhakti Sumekar meliputi:

a. Produk Layanan

1. Tabungan Barokah

   Tabungan barokah adalah layanan tabungan untuk masyarakat umum sebagai persiapan masa depan dengan prinsip wadi'ah (titipan). Diantaranya manfaat dari tabungan barokah yaitu bebas riba, karena merupakan wadi'ah (titipan murni), serta jumlah penarikan tabungan tidak dibatasi.

2. Tabungan Qurban

   Tabungan Qurban yaitu tabungan yang dipergunakan untuk hari raya idhul qurban, yang setorannya dapat dilakukan menjelang hari raya idhul qurban atau sesuai dengan kesepakatan bank dan nasabah dengan menggunakan akad mudharabah. Manfaat dari tabuga qurban diantaranya memperkuat niat melakukan qurban, bebas riba, karena berprinsip mudharabah (bagi hasil), mendapatkan bagi hasil atas pendapatan bank.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. Tabungan Deposito Mudharabah

   Deposito yaitu simpanan yang bertujuan untuk investasi dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo sesuai jangka waktu yang disepakati (1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan). Dan dapat diperpanjang secara otomatis (ARO). Tabungan Deposito mudharabah deposito mudharabah adalah layanan simpanan berupa deposito berjangka untuk masyarakat umum yang inginmenginvestasikan dana sebagai tabungan investasi, bebas riba karena berprinsip mudharabah. Mendapatkan bagi hasil atas pendapatan bank.

4. Tabungan Hari Raya (TAHARA)

   Tabungan untuk persiapan Hari Raya Idhul Fitri, dapat disetor sewaktu-waktu selama jam pelayanan kas dengan bebas biaya administrasi bulanan, bonus lebih besar serta sebagai tabungan perencanaan denga menggunaan prinsip mudharabah (bagi hasil).

5. Tabungan SIMPEL (simpanan pelajar)

   Tabungan untuk siswa atau anak-anak yang di tertibkan oleh BPRS Bhakti Sumekar dengan bebas biaya administrasi bulanan, dan pembukaan rekening mulai dari Rp1000.

6. Tabungan Umrah

   Layanan pembiayaan talangan umrah untuk membantu masyarakat umum dalam merecanakan ibadah Umrah denga prinsip wadi'ah

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

7. Tabungan Haji

Layanan pembiayaan talangan untuk pendaftaran Haji untuk membantu anda merencanakan ibadah haji menjadi lebih mudah, serta bebas biaya administrasi bulanan, dan bisa digunakan sebagai sumber pelunasan pemberangatan haji denga menggunakan prinsip wadi'ah

b. Produk Pembiayaan

1. Pembiayaan Serba Guna, yakni Layanan Pembiayaan untuk PNS/Karyawan Swasta yang memiliki penghasilan tetap dengan menggunakan akad Murabahah (Jual Beli) untuk melakukan pembelian barang berbagai keperluan nasabah.
2. Pembiayaan Kendaraan yakni Layanan Pembiayaan bagi PNS/Karyawan Swasta, atau institusi yang sepakat mengadakan perjanjian kerjasama untuk pembelian kendaraan roda dua atau sepeda angin.
3. Pembiayaan Modal Kerja UMKM yaitu Layanan pembiayaan modal kerja atau investasi untuk perorangan yang memiliki usaha kecil menengah dengan akad murabahah (Jual Beli) atau mudharabah (Bagi Hasil).
4. Pembiayaan Talangan Haji Layanan pembiayaan talangan untuk pendaftaran Haji untuk membantu anda merencanakan ibadah haji menjadi lebih mudah.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

5. Pembiayaan Talangan Umrah Layanan pembiayaan talangan umrah untuk membantu anda dalam mewujudkan niat dan impian beribadah Umrah.
6. Pembiayaan Rahn - Emas Layanan pembiayaan menggunakan prinsip syariah Ar Rahn dengan jaminan berupa emas yang nantinya emas yang menjadi agunan disimpan dan dipelihara oleh Bank selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya pemeliharaan atas emas yang dijaminkan.
7. Pembiayaan Pensiunan yakni Layanan pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan atau pegawai yang akan pensiun atau janda pensiun dan telah memperoleh SK pensiun.
8. Pembiayaan Al Qordhul Hasan Layanan pembiayaan kebajikan untuk usaha mikro tanpa menggunakan agunan serta tanpa beban margin atau bagi hasil.
9. Pembiayaan Elektronik Layanan pembiayaan bagi PNS, karyawan swasta atau institusi yang mengadakan kesepakatan perjanjian kerja sama untuk hal pembelian. Barang-barang Elektronik sehingga membantu anda dalam kehidupan sehari-hari.
10. Pembiayaan Kepemilikan Rumah Layanan pembiayaan bagi PNS, Karyawan Swasta yang berpenghasilan tetap dengan mengunakan akad Murabahah (Jual Beli) untuk hal kepemilikan rumah.
11. Pembiayaan Sadar Bersih yakni Layanan pembiayaan diperuntukkan bagi masyarakat yang membutuhkan sanitasi dan pengairan yang baik

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

sehingga menjadikan keluarga yang sehat dengan menggunakan akad Murabahah (Jual Beli) dan berkerjasama dengan pihak water.

12. Pembiayaan Kepemilikan Emas yakni Layanan pembiayaan bagi masyarakat yang ingin berinvestasi dalam hal kepemilikan Emas dengan menggunakan akad Murabahah (Jual Beli).

B. Penyajian Data Dan Analisis

Sesuai dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti akan menyajikan dua macam pengumpulan data yaitu hasil observasi yang dilakukan peneliti yang kemudian akan diperkuat dengan data hasil wawancara. Berdasarkan hasil penelitian. Maka akan diuraikan data-data tentang peran produk pembiayaan kepemilikan Rumah dalam peningkatan aset pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember.

Sebagai perumusan masalah maka peneliti ini hanya difokusan kepada tiga hal yang dirumuskan sebelumya, yaitu : (1) Bagaimana peran produk pembiayaan kepemilikan rumah dalam peningkatan aset pada PT BANK BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember. (2) Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah Dalam peningkatan aset pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember. (3) Apa saja kendala dalam pembiayaan KPR PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember?. untuk memperjelas hasil penelitian ini, maka akan disajikan data-data yang diperoleh baik yang melalui observasi, wawancara maupun dokumentasi

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

1. Peran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah Dalam peningkatan Aset Pada PT. BPRS Bhakti Sumekar

Dalam kegiatan wawancara yang peneliti lakukan terhadap PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember terkait peran produk pembiayaan kepemilikan rumah dalam peningkatan aset pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember oleh bapak Bustanul Ulum selaku kepala cabang, menyatakan bahwa :

> "Untuk produk KPR disini untuk peran dalam peningkatan aset itu cukup berperan, maksudnya tidak sebanyak peran produk potong gaji kenapa? KPR disini bisa tidak dengan pembayaran langsung (angsuranya) bisa tidak dengan potong gaji atau pembayaran langsung hanya saja dalam BPRS Bhakti Sumekar cabang jember disini lebih pada pembayaran (angsurannya) pada potong gaji, karena BPRS BS bekerjasama dengan pemerintah daerah lebih tepatnya juga sebagian besar kalangan PNS, selain bekerjasama tersebut angsurannya mengunakan potong gaji itu juga karena dengan potong gaji itu lebih merendahkan akan terjadinya resiko.[53]

Dari hasil wawancara di atas dengan bapak Bustanul Ulum selaku kepala cabang Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember dapat di simpulkan bahwa produk pembiayaan kepemilikan rumah cukup berperan dalam peningkatan aset karena produk pembiayaan KPR termasuk produk Pembiayaan yang gemar di minati masayarakat terutama dalam kalangan PNS.

Selanjutnya pernyataan dari Ibu Wiwin selaku Marketing produk KPR memaparkan pada kegiatan wawancara bahwa :

> "poduk pembiayaan Kepemilikan rumah (KPR) disini cukup berperan, karena disini pembiayaan KPR lebih dominan dipakai nasabah yang PNS dikarenakan BPRS Bhakti Sumekar disini bekerjasama dengan instansi pemerintahan. Jadi dari itu aset lancar lebih banyak di pakai

[53] Bustanul Ulum, Wawancara, Jember 4 April 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

khususnya pada piutangnya. Karena produk pembiayaan Kepemilikan rumah masuk dalam piutang sudah masuk dalam aktiva produktif/ aset lancar yakni aset yang bisa di manfaatkan" selain itu juga bisa dilihat dari keungulan yakni keunggulan dalam produk pembiayaan KPR Disini itu lebih menang di proses yakni prosesnya lebih cepat.[54]

Pemaparan yang dilakukan oleh Ibu Wiwin selaku Marketing produk KPR dalam BPRS Bhakti Sumekar dapat disimpulkan bahwa produk KPR yang ada di BPRS Bhakti Sumekar itu cukup berperan karena keunggulannya, dan dominan dipakai PNS dikarenakan pihak BPRS Bhakti Sumekar bekerjasama dengan instansi pemerintah.

2. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah Dalam Peningkatan Aset Pada PT. Bank BPRS Bhakti Sumekar

Dalam kegiatan wawancara yang peneliti lakukan terkait strategi pemasaran poduk pembiayaan kepemilikan rumah dalam peningkatan aset yang dilakukan PT BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember oleh Bapak Bustanul Ulum selaku kepala cabang menyatakan bahwa :

"Dalam memasarkan produk khususnya produk pembiayaan KPR disini menggunakan strategi pemasaran seperti yang lain yakni berupa brosur, media social (facebook, instagram, brosur, pamflet) yang dapat dibagikan pada momen-momen tertentu, pemasangan spanduk/banner ditempat-tempat yang strategis dan menjadi sponsor dalam pelaksanaan sebuah acara yang diyakini merupakan target pasar yang tepat. Dengan demikian diharapkan dapat membentuk citra positif ditengah masyarakat terhadap BPRS Bhakti Sumekar. Selain strategi pemasaran tersebut disini juga pemasarannya menggunakan 4p (*product, price, place, promotion)*".[55]

[54] Wiwin, Wawancara, Jember 22 Februari 2019.

[55] Bustanul Ulum, Wawancara, Jember 4 April 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Dari hasil wawancara di atas dengan Bapak Bustanul Ulum selaku kepala cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang di lakukan BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember dalam memasarkan produk termasuk produk KPR yakni dengan melalui social media, brousur, dan menjadi sponsor dalam pelaksanaan acara yang nantinya mampu menarik konsumen dan membentuk citra positif ditengah masyarakat.

Selanjutnya pernyataan dari Ibu Wiwin selaku Marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember memaparkan pada kegiatan wawancara bahwa :

> "pemasaran yang dilakukan di BPRS Bhakti Sumekar disini sama seperti di lembaga keuangan lainnya yakni melalui brousur, pamflet, sosial media dan lain-lain, hanya saja untuk saya pribadi selaku marketing dalam produk KPR ini saya pemasarannya lebih pada acara-acara di instansi pemerintahan dan rapat PNS jadi dengan bersosialisasi dalam acara tersebut, selain itu juga bersosialisai terhadap Dharma Wanita disana, juga ke guru-guru di sekolah, serta di acara arisan. Dengan pemasaran yang seperti itu memudahkan saya dalam memasarkan produk KPR dan menarik nasabah dalam menggunakan produk KPR".[56]

Pemaparan yang dilakukan oleh Ibu Wiwin selaku Marketing dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang dilakuan dengan cara bersosialisasi dalam sebuah acara di instansi pemerintah atau PNS, dharma wanita, guru-guru, arisan yang dengan pemasaran yang seperti itu memudahkan mengenalkan produk dan menarik nasabah agar menggunakan produk KPR BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember.

[56] Wiwin, Wawancara, Jember 22 Februari 2019.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. Kendala-kendala Yang Di Hadapi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember Dalam Memasarkan Produk KPR

Dalam kegiatan wawancara yang peneliti lakukan terkait kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan poduk pembiayaan kepemilikan rumah dalam peningkatan aset yang dilakukan PT BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember oleh Bapak Bustanul Ulum selaku kepala cabang menyatakan bahwa :

> "untuk kendala umum sama seperti yang lain yaitu kurangnya masayarakat memahami bank syariah, Pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap bank syariah dan produk KPR syariah juga menjadi kendala terhadap pertumbuhan dan perkembangan bank syariah terutama bagi BPRS Bhakti Sumekar cabang jember. Pemahaman ini tidak lepas kemunculan bank syariah yang masih baru dan butuh sosialisasi yang cukup untuk bisa diterima oleh masyarakat dan juga adanya anggapan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Kedua, selain itu pada tahun 2019 sekarang pajak rumah semakin besar pajak pembeliannya, antara penjual dan pembeli itu sekarang sama-sama dikenakan pajak dan itu memberatkan ke duanya. Ketiga masalah pada tenor. Kenapa tenor?karena kebijakan BPRS Bhakti Sumekar masih belum bisa memberikan kebijakan jangka waktu lebih dari 10 tahun untuk umum dan 15 tahun untuk PNS". [57]

Dari hasil wawancara di atas dengan Bapak Bustanul Ulum selaku kepala cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember dapat disimpulkan bahwa kendala yang di alami BPRS Bhakti Sumekar dalam memasarkan produk yakni pertama, kurangnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah sehingga masih banyak yang beranggapan bahwa bank syariah dan bank konvensional itu sama saja. kedua, yakni jangka waktu. dan ketiga,

[57] Bustanul Ulum, Wawancara, Jember 4 April 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

besarnya pajak penjualan sehingga antara pembeli dan penjualan sama-sama dikenakan pajak.

Selanjutnya pernyataan dari Ibu Wiwin selaku Marketing di BPRS Bhakti Sumekar Cabang jember memaparkan pada kegiatan wawancara bahwa :

> "kendalanya berupa tenor. Misalnya, seorang nasabah menginginkan pembiayaan KPR dalam jangka waktu lama yaitu 20 tahun Sehingga plafon yang didapatkan 400jt dalam pembelian rumah tersebut. Akan tetapi jika tenor sedikit otomatis angsurannya besar dan begitu sebaliknya. Sedangkan di kebijakan BPRS Bhakti Sumekar masih belum memperbolehkan untuk pembiayaan KPR umum lebih dari 10 tahun, selain itu yakni kendala umum seperti Masyarakat masih familiar dengan keberadaan bank konvensional yang sudah ada sejak lama. Sehingga kemunculan bank-bank syariah kurang mendapat respon positif".[58]

Pemaparan yang dilakukan oleh Ibu Wiwin selaku Marketing dapat disimpulkan bahwa kendala yang di alami BPRS Bhakti Sumekar dalam memasarkan produk yakni tenor sehingga dalam hal tersebut harus pinter-pinternya pihak marketing dalam mensiasati keinginan nasabah untuk tenor tersebut. Selanjutnya yakni masih kurangnya respon terhadap adanya masyarakat tentang bank syariah.

[58] Wiwin, Wawancara, Jember 22 Februari 2019.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

C. Pembahasan Temuan

1. Peran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah Dalam peningkatan Aset Pada PT. BPRS Bhakti Sumekar

Setelah data yang diperoleh dari hasil penelitian dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data tersebut disajikan dan di analisis melalui pembahasan temuan. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pihak BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember dapat diketahui bahwa produk pembiayaan kepemilikan rumah dalam peningkatan aset cukup berperan khususnya pada aset lancar. Adapun aset lancar yang dimaksud yakni aset yang diharapkan dapat terealisasi dan memberikan manfaat dalam jangka pendek, yaitu sekitar satu tahun. Aset lancar tersebut berupa piutang yang menggunakan akad murabahah (piutang murabahah) dimana piutang murabahah merupakan tagihan yang timbul dari transaksi perjanjian jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin laba/keuntungan yang disepakati antara bank dengan nasabah. Adapun aset lancar ini berupa :

1. investasi jangka pendek
2. kas
3. piutang
4. persediaan

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

5. biaya yang harus dibayar
6. penghasilan yang masih diterima.

Aset yang diperoleh BPR Syariah Bhakti Sumekar selama 2017 mencapai Rp. 769 miliar mengalami pertumbuhan Rp. 153 miliar atau 24.85% dibandingkan tahun 2016 yang mencapai Rp. 616 miliar. pertumbuhan yang diperoleh selama 2017 mengalami kenaikan 6,16% dibandingkan pertumbuhan tahun 2016 yang mencapai 18,69%. Jika dibandingkan perolehan aset skala nasional, BPR Syariah Bhakti Sumekar berhasil menguasai 7,06% pangsa pasar aset BPR Syariah skala nasional. Perolehan pangsa pasar ini mengalami pertumbuhan sebesar 0.33% jika dibandingkan dengan tahun 2016 yang mencapai 6.73% pangsa pasar skala nasional. Untuk wilayah jawa timur, BPR Syariah Bhakti Sumekar berhasil menguasai pangsa pasar 41,96%. Mengalami peningkatan 3,26% jika dibandingkan dengan tahun 2016.

Pembiayaan BPR Syariah Bhakti Sumekar yang berhasil disalurkan selama 2017 mencapai Rp. 542,31 miliar tumbuh 26,46% atau Rp. 113,48 miliar terhadap pembiayaan pada tahun 2016 sebesar Rp. 428,83 miliar. Pangsa pasar pembiayaan BPR Syariah Bhakti Sumekar terhadap pembiayaan skala nasional mengalami peningkatan yang mana pada tahun 2017 berhasil memperoleh 6,98% dibandingkan tahun 2016 mencapai 6,44%. Untuk wilayah jawa timur pangsa pasar yang diperoleh BPR Syariah Bhakti Sumekar sebesar 40,69%.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Aset BPR Syariah Bhakti Sumekar terdiri dari aset Lancar dan aset tetap. Uraian detail yang termasuk aset Bank antara lain: kas, giro pada bank lain, penempatan pada bank lain, piutang, pembiayaan, rahn, qard, aset tetap dan aset lainnya. Tahun 2017, kinerja jumlah aset BPR Syariah Bhakti Sumekar mencapai Rp. 765,67 miliar, tumbuh sebesar Rp. 149,69 miliar atau 24,30% dibandingkan dengan jumlah aset pada tahun 2016 sebesar Rp. 615,98 miliar. Bisa di lihat pada tabel berikut ini:[59]

Tabel 1.2

Tabel Laporan Aset (dalam Juta)[60]

Keterangan	2016	2017	Pertumbuhan
Kas	19.892	18.867	-5,15%
Giro pada bank lain	10.158	5.057	-50,22%
Penempatan pada bank lain	107.813	158.468	46,98%
Piutang	368.603	426.885	15,81%
Pembiayaan	10.413	7.052	-32,28%
Rahn	39.981	49.150	22,93%
Qardh	9.832	45.787	365,69%
Ijarah	-	13.435	-
Aset tetap	6.122	6.986	14,11%
Aset lainnya	43.167	33.982	-21,28%
Jumlah aset	615.981	765.669	24,30%

Dapat di lihat bahwa Piutang dimplementasikan dalam bentuk Pembiayaan dengan akad murabahan. Posisi piutang per 31 Desember 2017 mencapai sebesar Rp. 426.885 juta, naik sebesar Rp. 58.282 juta atau 15,81% dibandingkan posisi piutang per 31 Desember 2016 sebesar Rp. 368.603 juta.

[59] BPRS Bhakti Sumekar, "*Annual Report Bhakti Sumekar*", (april,2018).

[60] Ibid.,

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Sedangkan posisi piutang per 31 Desember 2017 terhadap jumlah aset Bank sebesar 55,75%. Dari tabel di atas adalah jumlah keseluruhan aset dalam BPRS Bhakti Sumekar yang juga termasuk aset pada BPRS Bhakti Sumekar cabang jember.

Dari semua akad yang berlaku di BPRS Bhakti Sumekar yang memberikan kontribusi terbesar yaitu akad Murabbahah dengan kontribusi 85,96% dari total Pembiayaan. Akad murabbahah disini merupakan akad dengan konsep jual beli dengan perolehan selama 2017 sebesar Rp 426,89 milyar tumbuh sebesar 15,81% dari perolehan dari tahun 2016 sebesar Rp 368,60 milyar. Akad *murabbahah* yang dimiliki BPRS Bhakti Sumekar merupakan akad yang paling digemari masyarakat. Dalam hal ini berhasil memberikan kontribusi yang signifikan yaitu 78,72% dari total pembiayaan yang disalurkan.[61] Peningkatan penyaluran pembiayaan tersebut juga merupakan peluang bagi bank untuk merealisasikan pada peningkatan aset bank. Karena sebagian besar kegiatan perekonomian masyarakat membutuhkan kredit (pembiayaan), melalui pemberian kredit (pembiayaan) nasabah melakukan pembayaran melalui rekening semakin bertambah, sehingga tujuan dari kredit (pembiayaan) selain untuk mendapatkan hasil yang optimal dari pemberian kredit (pembiayaan), juga untuk meningkatkan pendapatan bank.

[61] BPRS Bhakti Sumekar, "*Annual Report Bhakti Sumekar*", (april,2018).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Adapun syarat dan prosedur dalam pembiayaan KPR BPRS Bhakti Sumekar adalah sebagai berikut :

b. Syarat dan permohonan yaitu melampiran sebagai berikut :

Syarat khusus

1. WNI
2. Foto copy kartu tanda penduduk suami dan istri (KTP) pemohon
3. Foto copy kartu susunan keluarga (KSK) pemohon
4. Foto copy surat nikah pemohon
5. Asli SK Pegawai (SK pertama dan SK terakhir)
6. Asli kartu taspen
7. Foto copy daftar gaji pegawai (kolektif suami/istri)
8. Foto copy surat izin usaha perdagangan (SIUP)
9. Foto copy tanda daftar perusahaan/ tanda daftar industry (TDP/TDI)
10. Surat keterangan usaha dari kepala desa
11. NPWP
12. Foto copy sertifikat hak milik rumah yang akan dibeli (Jaminan)
13. Rencana anggaran belanja (RAB)
14. Peta bidang yag dikeluarkan oleh BPN

Persyaratan umum:

1. Pemohon minimal berusia 21 tahun, pada saat pembiayaan lunas berusia maksimum: 55 tahun untuk pegawai (usia pension dini) ,60 tahun untuk pengusaha, professional.
2. Karyawan/wiraswasta/professional dengan masa kerja minimal 2 tahun

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. Mempunyai penghasilan tetap dan mampu mengangsur
4. Memenuhi persyaratan berdasarkan penilaian bank.
5. Karyawan dengan penghasilan tetap (jangka waktu maksimum 15 tahun) Wiraswasta dan professional (jangka waktu 10 tahun).

Simulasi Perhitungan Angsuran. Contoh :

Harga rumah = Rp 200 juta

Margin berlaku = 0,85 %

Jangka waktu : 10 tahun.

Pokok pembiayaan + margin x tenor : tahun

0,85% x 120 bln = 102%

200jt + 102% : 120bln = 3.366.667/bulan

c. Keunggulan KPR PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember

a) Proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.
b) Minimal pembiayaan 80% dari harga jual rumah, maksimal pembiayaan tidak terbatas. dengan uang muka maksimal 20%.
c) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun untuk PNS dan 10 tahun untuk Umum.
d) Angsuran tetap tidak berubah sampai lunas.

d. pembiayaan murabahah

Jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a. Rukun Murabahah

1) Penjual

2) Pembeli

3) Barang yang diperjual belikan

4) Akad jual beli

b. Syarat-syarat Murabahah

1) Penjual memberitahu biaya modal kepada pembeli

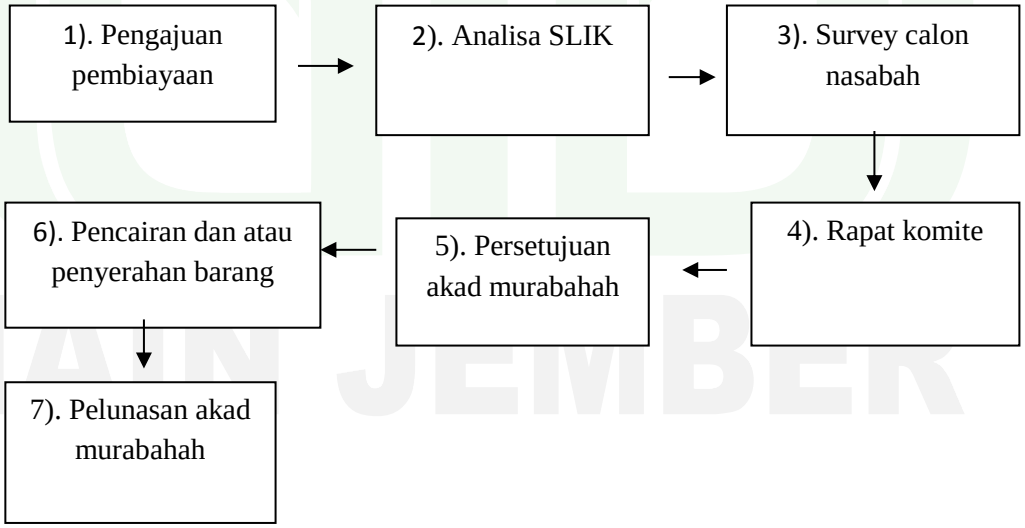
2) Kontrak harus sah sesuai rukunnya

3) Kontrak bebas dari riba

4) Penjual menjelaskan kondisi barang kepada pembeli

5) Penjual menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian

c. Skema Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Bhakti Sumekar



digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Pembiayaan murabahah sampai saat ini masih mendominasi porsi pembiayaan seluruh bank syariah di Indonesia, termasuk bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember karena pembiayaan murabahah memiliki risiko yang lebih rendah daripada akad lain seperti mudharabah atau musyarakah. Pembiayaan murabahah ini rawan penyimpangan, bila tidak berhati-hati akan terjebak pada riba atau sama dengan bank konvensional. Maka Fatwa DSN 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah mengatur detail ketentuan murabahah untuk menjadi pedoman perbankan syariah dalam melakukan transaksi berdasarkan akad murabahah. Ketentuan-ketentuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Pertama*, ketentuan umum murabahah dalam bank syariah yang diterapkan pula dalam PT Bank BPRS Bhakti Sumekar yakni: Bank dana nasabah harus melakukan akad murabahah yang bebas riba. Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syariah islam, Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara hutang. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan. Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

jangka waktu tertentu yang telah disepakati. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah. Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank

2. *Kedua*, ketentuan murabahah kepada nasabah: Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau asset kepada bank. Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu asset yang dipesannya secara sah dengan pedagang. Bank kemudian menawarkan asset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli)nya sesuai dengan perjanjiannya yang telah disepakatinya, karena secara hukum perjanjian tersebut mengikat, kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli. Dalam jual beli bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pesanan. Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut. Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah. Jika uang muka memakai kontrak urbun sebagai alternative dari uang muka, maka Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga. Jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut, dan jika uang muka tidak mecukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.

3. *Ketiga*, jaminan dalam murabahah : Jaminan dalam murabahah dibolehkan, agar nasabah serius dengan pesannya. Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

4. *Keempat*, hutang dalam murabahah Secara prinsip, penyelesaian hutang nasabah dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan hutangnya kepada bank. Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidaka wajib segera melunasi seluruh angsurannya. Jika penjual barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan hutangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.

5. *Kelima*, penundaan pembayaran dalam murabahah: Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian hutangnya. Jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka penyelasaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

6. *Keenam,* bangkrut dalam murabahah, Jika nasabah telat dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan hutangnya, bank harus menunda tagihan hutang sampai ia menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan.[62]

2. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah Dalam Peningkatan Aset Pada PT. Bank BPRS Bhakti Sumekar

Penelitian menemukan fakta dilapangan sesuai dengan yang diharapkan, Karena berdasarkan hasil wawancara antara BPRS Bhakti Sumekar khususnya pada pihak marketing, yakni pemasaran yang cepat dilakukan dalam melakukan pemasaran produk KPR yakni dengan sosialisasi di sebuah instansi swasta atau PNS karena kerjasamanya dengan instansi. seperti sosialisasi dalam kegiatan rapat di PNS, bisa juga sosialisasi di Dharma Wanita, komunitas arisan, sekolah-sekolah (pembiayaan guru-guru). Dengan cara sosialisasi tersebut juga bisa menarik minat nasabah untuk menggunakan pembiayaan KPR di PT.BPRS Bhakti Sumekar. Selain melakukan sosialisai cara selanjutnya yakni dengan jemput bola yaitu layanan yang diberikan kepada nasabah untuk mempermudah nasabah karena nasabah umumnya ingin dimanjakan dengan segala kenyamanan termasuk pelayanan.[63]

[62] Edi Susilo, *Analisis Pembiayaan Dan Risiko Perbankan Syariah,* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2017),208-213.

[63] Wiwin, Wawancara,Jember 22 Februari 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BPRS Bhakti Sumekar kantor cabang Jember juga memiliki strategii pemasaran yang biasa digunakan oleh lembaga-lembaga keuangan lainnya yaitu memanfaatkan media yang ada berupa brosur, media social (facebook, instagram, brosur, pamphlet) yang dapat dibagikan pada momen-momen tertentu, pemasangan spandukk/banner ditempat-tempat yang strategis dan menjadi sponsor dalam pelaksanaan sebuah acara yang diyakini merupakan target pasar yang tepat. Dengan demikian diharapkan dapat membentuk citra positif ditengah masyarakat terhadap BPRS Bhakti Sumekar. Selain strategi BPRS Bhakti Sumekar juga mempunyai lagkah-langkah yang ditempuh dalam memasarkan produk pembiayaan KPR. tujuannya untuk dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya sehingga dapat menarik banyak minat konsumen dalam produk KPR. strategi yang dilakukan BPRS Bhakti sumekar dalam memasarkan produk KPR yaitu dengan cara bauran pemasaran terdiri dari 4p yaitu: *product, price, place dan promotion.*

1. *Product* (produk),

Dalam startegi pemasaran produk, perusahaan harus dapat mengutamakan kepentingan dan segi kebutuhan konsumen agar dapat terpenuhi. Produk merupakan unsur terpenting dalam tawaran pemasaran. Pemimpin pasar umumnya menawarkan produk dan jasa yang bermutu. Oleh karena itu, PT Bank BPRS Bhakti Sumekar mengeluarkan salah satu produk KPR yang merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, merenovasi,

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

membangun rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen, dan sejenisnya) yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon pembeli.

KPR BPRS Bhakti Sumekar merupakan produk yang pelaksanaannya menggunakan akad *murabahah*, yaitu akad pembiayaan dengan prinsip jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Selain itu, KPR BPRS Bhakti Sumekar memiliki margin yang lebih rendah dan bersifat transparan, dimana pihak bank memberitahukan kepada calon nasabah KPR tentang berapa margin yang akan di ambil oleh bank dan di bebankan kepada nasabah. Selain itu nasabah juga akan merasa tenang karena selama masa pembiayaan besar angsuran tidak berubah (fixed) meskipun kondisi ekonomi tidak menentu.

Produk murabahah adalah pembiayaan perbankan syarih dengan memakai prinsip jual-bei barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati, dengan pihak bank selaku penjual dan nasabah selaku pembeli, atau sebagai dana talangan. Karateristiknya adalah penjual harus memberi tahu harga pokok yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pembayaran dapat dilakukan secara angsuran sesuai dengan kesepakatan bersama.

2. *Price* (Harga)

Variable harga merupakan komponen pemasaran yang langsung mempengaruhi persepsi konsumen, reaksi pemerintah, permintaan dan penawaran serta berujung pada pencapaian sasaran profit perusahaan.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Pada KPR BPRS Bhakti Sumekar penentuan harga merupakan aspek penting dari strategi pemasara yag dilakukan, karena harga menentukan laku tidaknya produk, BPRS Bhakti Sumekar menentukan margin yang lebih rendah dan nasabah tidak dikenakan biaya administrasi, serta proses yang dilakukan lebih cepat dan lebih mudah. Dalam KPR BPRS Bhakti Sumekar ini dapat memilih 2 jenis KPR yang di peruntukkan untuk umum dan diperuntukkan untuk PNS, berikut contoh angsuran KPR BPRS Bhakti Sumekar:

a. Angsuran KPR Umum

Angsuran KPR umum yaitu jenis angsuran yang ditawarkan bank kepada nasabah/ seluruh masyarakat yang hendak menginginkan pembiayaan pembelian rumah dengan jangka waktu 1 sampai 10 tahun pembayaran, margin yang ditetapkan bank terhadap KPR umum berbeda dengan margin yang diperuntukkan untuk PNS. Berikut angsuran KPR Umum di PT. BPRS Bhakti Sumekar

Tabel 1.3

Daftar Angsuran Pembiayaan KPR Umum

PT. BPRS Bhakti Sumekar[64]

Jangka Waktu	1 Tahun	5 Tahun	10 Tahun	15 Tahun
Margin	0,85%	0,85%	0,85%	0,85%
POKOK PEMBIAYAAN	Angsuran	Angsuran	Angsuran	Angsuran
50,000,000	4,591,667	1,258,333	841,667	702,778
100,000,000	9,183,333	2,516,667	1, 683,333	1,405,556

[64] BPRS Bhakti Sumekar, "*Annual Report Bhakti Sumekar*", (april,2018).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

200,000,000	18,366,667	5,033,333	3,366,667	2,811,111
300,000,000	27,550,000	7,550,000	5,050,000	4,216,667
400,000,000	36,733,333	10,066,500	6,733,333	5,622,222
500,000,000	45,916,667	12,583,333	8,416,667	7,027,778
600,000,000	55,100,000	15,100,000	10,100,000	8,433,333
700,000,000	64,283,333	17,616,667	11,253,030	9,838,889
800,000,000	73,925,833	20,133,333	13,466,667	11,244,444
900,000,000	82,650,000	22,650,000	15,150,000	12,650,000
995,000,000	91,374,167	25,040,833	16,749,167	13,985,278

b. Angsuran KPR PNS

Angsuran KPR PNS yaitu jenis angsuran yang ditawarkan bank kepada nasabah/ seluruh masyarakat yang hendak menginginkan pembiayaan pembelian rumah dengan jangka waktu 1 sampai 15 tahun pembayaran, margin yang ditetapkan bank terhadap KPR PNS berbeda dengan margin yang ditetapkan untuk KPR Umum yakni lebih rendah dibandingkan KPR Umum. Berikut angsuran KPR PNS di PT. BPRS Bhakti Sumekar

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Tabel 1.4

Daftar Angsuran Pembiayaan KPR PNS

PT. BPRS Bhakti Sumekar[65]

Jangka Waktu	1 Tahun	5 Tahun	10 Tahun	15 Tahun
Margin	0,75%	0,75%	0,75%	0,75%
Pokok Pembiayaan	Angsuran	Angsuran	Angsuran	Angsuran
50,000,000	4,541,667	1,416,667	791,667	652,778
100,000,000	9,083,333	2,416,667	1,583,333	1,305,556
150,000,000	13,625,000	3,625,000	2,375,000	1,305,556
200,000,000	18,166,667	4,833,333	3,166,667	2,611,111
250,000,000	22,708,333	6,041,667	3,958,333	3,263,889
300,000,000	27,250,000	7,250,000	4,750,000	3,916,667

3. *Place* (Tempat)

Memilih lokasi yang strategis merupakan hal yang sangat penting dalam memilih lokasi maka akan menyebabkan meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan dalam memasarkan produk, dengan lokasi yang strategis nasabah dapat sangat mudah menjangkau lokasi bank tersebut. Sedangkan lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.

Dalam hal ini lokasi yang dipilih oleh BPRS Bhakti Sumekar berada di jember kota, lokasi mudah di akses, respon masyarakat yang baik, jumlah pesaing yang terdapat lokasi tersebut, serta mudah di jangkau oleh konsumen sehingga tidak menyebabkan kegiatan ekonomi terganggu, sarana prasarana yang memadai, potensi masyarakat yang bagus, dan terdapat fasilitas

[65] BPRS Bhakti Sumekar, "*Annual Report Bhakti Sumekar*", (april,2018).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

penunjang lainnya seperti pusat perbelanjaan dan perumahan sehingga dapat mempercepat penjualan produk ke sasaran pasar.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi penjualan merupakan unsur utama dalam kampanye pemasaran. Melalui promosi akan mempercepat pencapaian tujuan strategi pemasaran kepada konsumen karena dengan promosi konsumen dapat mengetahui informasi tentang produk yang sedang di promosikan serta dapat menarik pelanggaan baru dan membangun kesadaran sehingga dengan promosi diharapkan dapat menarik banyak konsumen. Adapun kegiatan yang dilakukan BPRS Bhakti Sumekar dalam kegiatan promosi yaitu sebagai berikut:

1. *Advertising* (periklanan) yaitu melakukan promosi dengan brosur, iklan baik media cetak maupun media elektronik.
2. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) yaitu dengan menjadi sponsor di berbagai event, seperti pameran perumahan, acara tahunan daerah, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan event yang mampu memperkenalkan prduk tersebut ke banyak orang atau seluruh lapisan masyarakat yang ada di daerh kabupaten jember.
3. *Publicity* (publisitas) yaitu dengan mempromosikan di media-media social.
4. *Personal selling* (Penjualan Pribadi) yaitu dengan mengikuti rapat-rapat yang ada dalam acara PNS, Dharma Wanita, Sekolah-sekolah dengan mempromosikannya ke guru-guru, acara komunitas Arisan, serta di berbagai event seperti pameran perumahan dan mengikuti acara

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

keagamaan dan pendidikan, karena KPR di BPRS Bhakti Sumekar ini juga termasuk kerjasama dengan pemerintah daerah dan lebih diperutukkan untuk PNS.

3. Kendala-kendala Yang Di Hadapi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember Dalam Memasarkan Produk KPR

Pada awal tahun 2006, untukk merespon perkembangan aktifitas perbankan syariah serta mendorong laju ekspansi usahanya, Bank Indonesia telah mengeluarkan regulasi baru tentang kegiatan bank umum konvensional yang boleh melakukan kegiatan usaha penghimpunan dana nasabah berdasarkan prinsip syariah, yang saat ini dikenal dengan "*office Chanelling System*". Sistem inilah yang digunakan oleh bank BPRS Bhakti Sumekar, yaitu melakukan pembiayaan yang berprinsip syariah dengan para nasabah.

Namun, dalam kenyataannya masih terdapat banyak permasalahan yang menghambat laju pertumbuhan perbankan syariah. Bank syariah belum mampu mengoptimalkan pemanfaatan peluang tersebut untuk mencapai pangsa pasar yang lebih besar. Ini dapat dilihat dari masih banyaknya masyarakat yang belum memahami bank syariah beserta produk-produknya. Hal ini juga dirasakan oleh BPRS Bhakti Sumekar dalam usaha mensosialisasikan produk-produk syariah kepada masyarakat sekitar terutama produk pembiayaan KPR. menurut Ibu Wiwin, ada beberapa kendala yang dihadapi BPRS Bhakti Sumekar dalam proses sosialisasi dan memasarkan produk pembiayaan KPR yakni kendalanya

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

berupa tenor. Misalnya, seorang nasabah menginginkan pembiayaan KPR dalam jangka waktu lama yaitu 20 tahun Sehingga plafon yang didapatkan 400jt dalam pembelian rumah tersebut. Akan tetapi jika tenor sedikit otomatis angsurannya besar dan begitu sebaliknya. Sedangkan di kebijakan BPRS Bhakti Sumekar masih belum memperbolehkan untuk pembiayaan KPR umum lebih dari 10 tahun.[66]

Selain kendala tersebut juga ada beberapa kendala yang dihadapi BPRS Bhakti Sumekar dalam mensosialisasikan atau memasarkan produk KPR yakni :

1. Masyarakat masih familiar dengan keberadaan bank konvensional yang sudah ada sejak lama. Sehingga kemunculan bank-bank syariah kurang mendapat respon positif.
2. Pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap bank syariah dan produk KPR syariah juga menjadi kendala terhadap pertumbuhan dan perkembangan bank syariah terutama bagi BPRS Bhakti Sumekar cabang jember. Pemahaman ini tidak lepas kemunculan bank syriah yang masih baru dan butuh sosialisasi yang cukup untuk bisa diterima oleh masyarakat dan juga adanya anggapan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional.

[66] Wiwin, Wawancara, Jember 22 Februari 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data analisa dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. **Peran produk pembiayaan kepemilikan rumah dalam peningkatan aset**

   Produk pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) dalam bank BPRS Bhakti Sumekar cukup berperan dalam meningkatkan aset lancer, diikuti dengan kerjasama BPRS Bhakti Sumekar dengan pemerintah daerah yang sebagian besar kalangan PNS, sehingga lebih memudahkan menarik nasabah untuk menggunakan produk KPR dengan angsuran menggunakan potong gaji karena dengan potong gaji lebih merendahkan akan terjadinya resiko.

2. **Strategi Pemasaran produk pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) BPRS Bhakti Sumekar dalam peningkatan aset**

   Strategi pemasaran BPRS Bhakti Sumekar melalui 4P (*product,price,place,promotion)* yakni berupa brousur, pamflet, sosial media dan lain-lain, selain pemasaran tersebut strategi pemasaran BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember juga melalui sosialisasi dalam acara-acara di instansi pemerintahan dan rapat PNS, Dharma Wanita, guru-guru, serta arisan. Dengan strategi pemasaran tersebut dapat memudahkan menarik nasabah dalam menggunakan produk KPR.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. **Kendala BPRS Bhakti Sumekar dalam memasarkan produk KPR**

   Kendala pemasaran produk pembiayaan KPR dalam BPRS Bhakti Sumekar yakni pada tenor sehingga dalam hal tersebut harus pinter-pinternya pihak marketing dalam mensiasati keinginan nasabah untuk tenor tersebut. Selain itu masih kurangnya respon terhadap adanya masyarakat tentang bank syariah. Sehingga dengan cara bersosialisai selain memasarkan produk pembiayaan KPR juga mampu memberikan pemahaman kembali tentang bank syariah.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan berdasarkan uraian di atas peneliti dapat memberikan saran untuk kemajuan dalam penjualan produk pembiayaan kepemilikan rumah dalam peningkatan aset pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar yakni sebagai berikut :

Mengembangkan produk pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) dalam menarik nasabah, dengan menggunakan akad selain akad murabahah seperti contoh akad istishna' dan lain-lain, yang juga sesuai dengan prinsip syariah. serta memperluas jangkauan pemasarannya dengan memperluas jaringan kemasyarakat agar tidak hanya memasarkan produk tetapi Bank BPRS Bhakti Sumekar mampu memberikan pemahaman lebih tentang produk yg di sediakan melalui pihak marketing selaku tugas dalam menawarkan produk yang ada di Bank BPRS Bhakti Sumekar . Dengan begitu mampu menarik banyak nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan KPR. semakin banyak nasabah menggunakan produk tersebut

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

maka secara tidak langsung dapat menambah pendapatan bank atau meningkatkan asetnya khususnya aset lancar.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadiono. 2013. *Dasar-dasar Bank Syariah*. Jember : Stain Jember Press.

Burhan Bungin, 2007. "*Metodologi Penelitian kualitatif*". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Drs. Basu Swastha DH., M.B.A. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern* .Yogyakarta: Universitas Gajah Mada Press.

Fitri Hidayati, 2014. "Studi Analisis Akad Murabbahah Terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di Bank Muamalat Cabang Jember.Jember: Universitas Jember.

Haris Herdiansyah, 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta: Humanika.

https://www.sekolahpendidikan.com/2017/08/pengertian-produk-klasifiksi-dan.html?m=1

IBI-LSPP. 2015. *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* . Jakarta: Menara IBI.

Kasmir. 2012 *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kasmir. 2015. *Dasar-dasar Perbankan* . Jakarta:Rajawali Pers.

Kevin Lane Keller, Philip Kotler.2008 *Manajemen Pemasaran edisi* 13. Jakarta: Erlangga.

Marisi P. Purba, 2013. *Akuntansi Keuangan*. Jakarta : Graha Ilmu.

Muhammad Alwi, 2011. "Evaluasi Pemasaran Produk KPR Syariah Dengan Akad Murabbahah" (*studi kasus pada Bank Permata Cabang Kebon Jeruk Jakarta).* Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Neneng Zakiyatul Badriyah, 2014. "Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya IB Hasanah Bank BNI Syariah KCP Cilandak. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Rida Faiqoh, 2013. " *Analisis Strategi Pemasaran KPRS Di BANK Muamalat Cabang Kudus*. Kudus : Lembaga Studi Nusantara Demak

Siti Mariatu Ulfa, 2017. "Risiko pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) Di BRI Syariah Rogojampi Banyuwangi. Jember: Institut Agama Islam Negeri Jember.

Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung : Alfabeta.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Sugiono. 2014. *Metode PenelitianKualitatif dan Kuantitatif R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto, 2002 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* Jakarta: Rineka Cipta.

Suharsimi Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta: Rineka Cipta.

Sumber: Annual Report BPRS Bhakti Sumekar 2017

Tim Penyusun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah.* Jember: IAIN Jember Press.

Ujang Sumarwan dkk. 2013 *Pemasaran Strategik.* Jakarta: Inti Prima Promosindo.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Peran Produk pembiayaan Pemilikan Rumah Dalam Peningkatan Aset Pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember	Produk pembiayaan kepemilikan rumah dalam peningkatan aset Bank BPRS Bhakti Sumekar	1. Peran produk KPR 2. Pemasaran produk KPR 3. Akad dan Kendala	1. Pengertian KPR a. Jenis KPR 2. Pengertian pemasaran a. Strategi pemasaran b. Bauran pemasaran 3. Pengertian pembiayaan a. Jenis pembiayaan b. Prosedur pembiayaan c. Prinsip pembiayaan d. Tujuan pengawasan pembiayaan e. Akad pembiayaan	1. Data Primer a. Pimpinan PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember b. Pegawai PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember 2. Data Sekunder Dokumen-dokumen terkait	1. Pendekatan: Penelitian Kualitatif Deskriptif 2. Jenis Penelitian: Deskriptif 3. Lokasi Penelitian: Jl.Trunojoyo No. 123A, Kaliwates Jember, 4. Tehnik Pengumpulan Data 5. Tehnik Analisis Data Deskriptif 6. Tehnik Keabsahan Data Triangulasi Sumber	1. Bagaimana Peran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah dalam meningkatkan Aset Pada PT Bank BPRS BHAKTI SUMEKAR Cabang jember? 2. Bagaimana strategi pemasaran terhadap produk pembiayaan kepemilikan Rumah dalam meningkatkan aset PT BANK BPRS BHAKTI SUMEKAR Cabang jember ? 3. Apa saja kendala dalam pembiayaan KPR PT Bank BPRS BHAKTI SUMEKAR Cabang jember?

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : NAIMAH

NIM : E20151155

FAKULTAS : Ekonomi Dan Bisnis Islam

JURUSAN : Perbankan Syariah

INSTITUSI : IAIN JEMBER

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian/ karya saya seniri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk dari sumbernya.

Jember, 24 April 2019

METERAI TEMPEL 513CCAFF649096792 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Naimah
Nim. E20151155

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi

JL. Trunojoyo No. 123A, Kaliwates Jember, Jawa Timur.

No	Tanggal	Kegiatan	Tanda Tangan
1	30 november 2018	Observasi sekaligus penyerahan surat penelitian ijin kepada Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember	
2	10 Desember 2018	Penyerahan proposal skripsi epada pihak Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember	
3	1 Februari 2019	Observasi ke BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember sekaligus perkenalan	
4	8 Februari 2019	sharing-sharing terhadap pihak adminitrasi tentang produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar cabang jember	
5	15 Februari 2019	Perkenalan terhadap pihak pimpinan	
6	22 Februari 2019	Wawancara terhadap ibu wiwin selaku marketing produk KPR yang adai di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember	
7	29 Februari 2019	Meminta data angsuran produk KPR terhadap ibu wiwin selaku marketing	
8	14 maret 2019	Meminta form pengajuan KPR serta syarat-syarat untuk mengajukan pembiayaan produk KPR terhadap ibu wiwin selaku Marketing BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember	
9	4 april 2019	Wawancara terhadap bapak bustanul ulum selaku pimpinan cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember	

Jember, 24 April 2019
Pimpinan PT Bank BPRS
Bhakti Sumekar Cabang Jember

Bustanul ulum

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUPLIK 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.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B- 1493/In.20/7.a/PP.00.9/11 /2018
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Sdr : Pimpinan Bank BPRS Bhakti Sumekar JL. Trunojoyo No. 123A, Kaliwates Jember
di-
TEMPAT

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

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

Nama Mahasiswa	: NAIMAH
NIM	: E20151155
Semester	: 7 (Tujuh)
Jurusan	: Ekonomi Dan Bisnis Islam
Prodi	: Perbankan Syariah
No Telpon	: 085855134861
Dosen Pembimbing	: SUPRIANIK, SE.,MSi
NIP	: 201603136
Judul Penelitian	: PERAN PRODUK PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH DALAM PENINGKATAN ASET PADA PT BANK BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG JEMBER

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

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Jember, 30 November 2018
Dekan Bidang Akademik

Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
BHAKTI SUMEKAR
Mitra Dalam Bermuamalah

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET
Nomor : 435.402.25.B-009 /OPS/BPRS-BS/IV/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Naimah
NIM/Semester : E20151155 / 8
Program/Fakultas : Perbankan Syariah/ Ekonomi Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Telah melakukan Penelitian di PT. BPR Syariah Bhakti Sumekar Cabang Jember tentang **"Peran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah Dalam Peningkatan Aset Pada PT Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember".**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Jember, 24 April 2019

PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH
BHAKTI SUMEKAR CABANG JEMBER

PT. BPRS BHAKTI SUMEKAR JEMBER

BUSTANUL ULUM
Pimpinan Cabang

Tindasan :
1. Sdri. Naimah
2. Arsip

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DOKUMENTASI

Wawancara bersama Bapak Bustanul Ulum selaku Kepala Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember

Wawancara bersama Bapak Bustanul Ulum selaku Kepala Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Wawancara bersama Bapak Bustanul Ulum selaku Kepala Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember

Wawancara bersama ibu Wiwin selaku Marketing PT BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Wawancara bersama ibu Wiwin selaku Marketing PT BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BIODATA PENULIS

A. Biodata Pribadi

Nama	: NAIMAH
Tempat, Tanggal Lahir	: Jember, 22 November 1996
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Dusun Paguan RT/RW 001/004 Ds.Petung Kec.Bangsalsari Kab.Jember
Agama	: Islam
Status	: Belum Menikah
Pekerjaan	: Mahasiswa
Kewarganegaraan	: WNI
No HP	: 085855134861
Email	: Naymah4321@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1.	SD	: SDN Petung 03 Bangsalsari Jember (2003-2009)
2.	SMP/MTS	: SMP PLUS SIAR Rambipuji Jember (2009-2012)
3.	SMA/SMK	: SMA NQ Rambipuji Jember (2012-2015)
4.	Perguruan Tinggi	: Institut Agama Islam Negeri Jember (2015-2019)

C. Pengalaman Organisasi

1. Bendahara Osis SMP Plus SIAR Rambipuji Tahun 2009-2010
2. Anggota UKOR (Unit Kegiatan Olah Raga) Tahun 2016-2017
3. Anggota GEC (Great English Corner) Tahun 2017-2018
4. Anggota IPPNU Tahun 2018

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id