

TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN PADA GRIYA IB HASANAH DI BNI SYARIAH KCP RAJABASA BANDAR LAMPUNG

Oleh:

**NOVITA DIAH ASTUTIK
NPM.1602080019**



**Jurusan D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/2019 M**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PEMBIAYAAN PADA GRIYA IB HASANAH DI BNI SYARIAH
KCP RAJABASA BANDAR LAMPUNG**

Diajukan Untuk memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)

Oleh:

NOVITA DIAH ASTUTIK
NPM.1602080019

Pembimbing: Suci Hayati, S.A.g., M.S.I

Jurusan D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/2019 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PEMBIAYAAN PADA GRIYA IB HASANAH DI BNI
SYARIAH KCP RAJABASA BANDAR LAMPUNG**

Nama : NOVITA DIAH ASTUTIK
NPM : 1602080019
Jurusan : D3 Perbankan Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing



Suci Hayati, S.Ag. M.S.I
NIP. 19770309200312 2 003



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

No: 3441 / In. 28.3 / D / PP.00.9 / 12 / 2019

Judul Tugas Akhir: STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN PADA GRIYA IB HASANAH DI BNI SYARIAH KCP RAJABASA BANDAR LAMPUNG, disusun Oleh: NOVITA DIAH ASTUTIK, NPM: 1602080019, Program: D-III Perbankan Syariah telah diujikan dalam Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/17 Oktober 2019, di Kampus II (E.6.1.3).

TIM PENGUJI :

Ketua	: Suci Hayati, S.Ag. M.S.I	(.....)
Penguji I	: Sainul, SH, MA	(.....)
Penguji II	: M. Hanafi Zuardi, S.H.I., M.S.I	(.....)
Sekretaris	: Liana Dewi Susanti, M.E.Sy	(.....)



Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

.....
Ningsiana, M.Hum
19720923 200003 2 002

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN PADA GRIYA IB HASANAH DI BNI SYARIAH KCP RAJABASA BANDAR LAMPUNG

**Oleh
NOVITA DIAH ASTUTIK
NPM.1602080019**

Perkembangan manusia yang semakin bertambah menyebabkan semakin bertambahnya kebutuhan akan perumahan. Oleh karena itu, salah satu Bank Syariah yang memiliki produk pembiayaan kepemilikan rumah adalah bank BNI Syariah dengan nama produk griya IB Hasanah. Produk Griya iB Hasanah memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk membeli membangun, dan merenovasi rumah. Persaingan pasar yang sangat ketat sekarang ini, maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat agar bank mampu bersaing dengan Bank yang lainnya dan dapat meningkatkan jumlah nasabah yang ingin melakukan pembiayaan.

Tujuan penulisan ini adalah mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan pada griya IB Hasanah di BNI Syariah KCP Rajabasa bandar Lampung. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Alat pengumpul data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan manfaat dalam penelitian ini mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan pada Griya iB Hasanah.

Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*), produk yang ditawarkan sangat variatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sedangkan dari harga sangat murah dan fleksibel untuk melakukan pembiayaan. Untuk lokasi sangat strategis karena mudah dijangkau, kemudian promosi menggunakan personal selling dengan menerapkan konsep jemput bola, periklanan melalui brosur dan lain-lain, publisitas dengan kegiatan pameran dan workshop pada perusahaan bonefit.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **NOVITA DIAH ASTUTIK**

NPM : 1602080019

Jurusan : D3 Perbankan Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Oktober 2019

Yang Menyatakan,



Novita Diah Astutik

NPM. 1602080019

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*(Q.S. An-Nisa':29)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 65

PERSEMBAHAN

Allhamdulillahirobbilalamin. Segala ketulusan hati dan penuh syukur kehadiran Allah SWT, Saya persembahkan karya ini kepada orang-orang yang selalu mensupport serta selalu memberikan motivasi demi memperjuangkan Tugas Akhir ini, khususnya untuk orang-orang:

1. Kedua orang tua saya, bapak (Karmijan) dan ibu (Zunianah) yang begitu tulus merawat saya dari kecil sampai sekarang bahkan menyayangi kedua anaknya dengan adil, beliau selalu memberikan suport kepada anak-anaknya agar dapat mencapai segala cita-citanya.
2. Teman-teman saya D3 Perbankan Syariah, mereka juga saling suport satu sama lain dan selalu berbagi ilmu satu sama lain. Teman saya Wiwin Rahmawati, Gita Rahmawati, dan Bayu Trispambudi, yang telah mensupport saya dalam melakukan Tugas Akhir ini hingga dengan selesai.
3. Almamaterku IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program diploma tiga (D-III) Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Metro Lampung. Untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Widhiya Ninsiana, M. Hum selaku Dekan Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Bapak Sainul, SH, MA, selaku pembimbing akademik.
4. Bapak Suci Hayati, S.Ag, M.S.I selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama penulis menempuh pendidikan.
6. Seluruh karyawan BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan

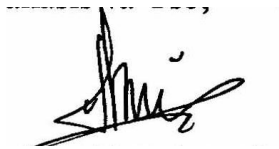
membantu dalam mengumpulkan data-data untuk melengkapi Tugas Akhir ini.

7. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada saya.

Saya menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan. Untuk itu diperlukan kritikan dan saran yang membangun untuk perbaikan. Semoga Tugas Akhir ini memberikan manfaat bagi pembaca dan semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua

Wasalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 07 Oktober 2019
Yang Menyatakan,



Novita Diah Astutik
NPM. 1602080019

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Metode Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan	11
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	13
1. PengertianStrategi	13
2. Pengertian Pemasaran.....	14
3. Strategi Pemasaran	16
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketig Mix</i>).....	18

B. Strategi Pemasaran Syariah.....	27
C. Produk Griya iB Hasanah.....	30
1. Pengertian Griya iB Hasanah	30
2. Pembiayaan Griya iB Hasanah Menggunakan Akad <i>Murabahah</i>	31

BAB III PEMBAHASAN

A. ProfilBank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung	38
1. Sejarah Berdirinya Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung.....	38
2. Visi dan Misi Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung	40
3. Struktur Organisasi	41
4. Deskripsi pekerjaan di Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung	43
B. Produk-produkBank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung	49
1. Produk-Produk Penghimpunan Dana.....	49
2. Produk Penyaluran Dana.....	53
C. Analisis Marketing Mix Pada Produk Griya iB Hasanah di Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung	59

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1.	Jumlah Nasabah Pembiayaan Griya Ib Hasanah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung Bulan Januari-Juli Tahun 2019.....	5
3.1	Nisbah Deposito iB Hasanah	51
3.2	Angsuran Griya iB Hasanah	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar

3.1	Stuktur Organisasi PT. BPR Syariah Lampung Timur	42
-----	--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 2 Alat Pengumpul Data (APD)

Lampiran 3 Formulir Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Pustaka

Lampiran 5 Brosur Produk-produk BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

Lampiran 6 Form Pembiayaan Konsumtif

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mendengar kata bank sebenarnya tidak asing lagi bagi kita baik yang hidup di kota maupun yang hidup di pedesaan sekalipun. Menyebut kata bank Setiap orang selalu mengkaitkannya dengan uang, hal ini tidak salah karena bank memang merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan.¹

Menurut undang-undang perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana tersebut dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.² Sedangkan bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) Islam. Usaha pembentukan sitem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan berinvestasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram dimana hal tersebut tidak dijamin oleh perbankan konvensional.³

Tumbuh kembang perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan karena adanya kepastian disisi regulasi yakni adanya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 12

² Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2010), 3

³ Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), xix

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang lebih mengakomodasi dan memberi peluang bagi perkembangan perbankan syariah.

Kemajuan perbankan syariah dilihat dari asset mengalami perkembangan yang signifikan yaitu pada tahun 2014 nilai aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah mencapai Rp 272, 3 triliun, naik perlahan pada tahun 2015 yaitu mencapai Rp 296, 1 triliun, pada tahun 2016 menunjukan kenaikan yang cukup tajam yaitu mencapai Rp 356, 5 triliun dan pada akhir desember 2017 total aset menjadi Rp 424, 1 triliun.⁴

Perkembangan perbankan syariah khususnya di Lampung lebih di dominasi pembiayaan modal kerja dengan 44, 10 persen dan pertumbuhan tahunan 24, 98 persen. Sedangkan pangsa pasar pembiayaan investasi baru 13, 57 persen. Angka ini menunjukan bahwa pertumbuhan perbankan di Lampung sangat pesat.⁵

Secara umum lembaga keuangan syariah telah menawarkan berbagai macam produk yang di milikinya diantaranya menghimpun dana (*funding*), menyalurkan dana (*lending*) dan bergerak dibidang jasa dalam usaha memperbesar market sharenya, Bank BNI Syariah adalah salah satu bank syariah yang ada di lampung dan memiliki berbagai macam jenis pembiayaan.

Salah satu produk yang dimiliki bank BNI Syari'ah adalah produk jenis pembiayaan konsumtif yang utama adalah fasilitas pembiayaan rumah.

⁴ www.saibumi.com/artikel-87096-proyeksi-terus-tumbuh-positif-asetperbankansyariah-capairp-4241-triliun.html diakses Jumat 26 Juli 2019 pukul 10.20 WIB

⁵ www.radarlampung.co.id diakses Rabu 29 Juli 2019 pukul 9: 00 WIB

Kebutuhan masyarakat yang semakin beraneka ragam menempatkan kredit atau pembiayaan sebagai produk jasa perbankan yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan pembiayaan sangat membantu masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sandang, pangan maupun papan. Sebagai salah satu kebutuhan utama manusia, adalah sektor papan (perumahan).

Perkembangan manusia yang semakin bertambah menyebabkan semakin bertambahnya kebutuhan akan perumahan. Rumah merupakan kebutuhan primer bagi pemenuhan kesejahteraan manusia setelah sandang dan pangan. Namun demikian, ternyata kebutuhan akan perumahan ini seringkali terbentur pada minimnya dana yang dimiliki oleh konsumen yang ingin memiliki rumah sendiri. Sehingga, pengembangan melalui pembiayaan kepemilikan rumah dilirik sebagai alternatif utama pembiayaan perumahan merupakan salah satu sektor bisnis yang menarik.

Salah satu bank syariah yang mempunyai produk pembiayaan kepemilikan rumah adalah BNI Syariah dengan nama produk BNI Griya IB hasanah dengan pembiayaan syariah terhindar dari transaksi yang ribawi, proses persetujuan pembiayaan yang mudah dan relatif cepat, jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun, selama masa pembiayaan besarnya angsuran tidak terpengaruh dengan suku bunga seperti di bank konvensional maka besarnya angsuran setiap bulan tetap dan tidak berubah sampai lunas, memberikan fasilitas pembiayaan kepemilikan rumah, ruko, kavling siap bangun, pembangunan dan merenovasi rumah serta pembelian rumah inden,

pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis, maksimum pembiayaan sampai dengan Rp. 15 Milyar, apabila nasabah ingin melunasi angsuran sebelum jatuh tempo atau ingin melunasi sebelum akhir masa pembayaran nasabah tidak akan terkena pinalti atau denda.⁶

Dengan berbagai keunggulan tersebut Griya iB hasanah merupakan salah satu bank yang diminat oleh masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah, selain bank BNI Syariah, bank syariah lain yang mengeluarkan produk yang serupa seperti Bank BTN Syariah, Bank Mandiri Syariah, Bank BRI Syariah, dan bank lainnya yang memiliki masing-masing kriteria keunggulan yang ditawarkan oleh bank tersebut agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya pertumbuhan pasar produk pembiayaan perumahan dan daya saing yang meningkat pada setiap perbankan syariah.

Persaingan memperebutkan pasar yang sangat ketat seperti sekarang ini membuat perbankan syariah harus mengkaji pendekatan strategi pemasarannya. Tidak hanya mengandalkan kepada produk yang berkualitas dan harga yang bersaing, tetapi didukung juga oleh upaya-upaya dalam mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan. Pemasaran diarahkan untuk mengetahui kebutuhan pembeli kemudian memuaskan kebutuhan tersebut. Dalam strategi pemasaran ini, terdapat strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran yang terkendali yang dipadukan untuk menghasilkan Respon yang diinginkan di pasar sasaran.

⁶ <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/bnigriyaibhasanah>. Diakses pada tanggal 27 Juni 2019

Bauran pemasaran terdiri dari 4 "P" meliputi: Product (produk), price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi).⁷ Dengan adanya strategi pemasaran yang tepat bank akan mampu bersaing dengan bank yang lainnya dan dapat meningkatkan jumlah nasabah yang ingin melakukan pembiayaan serta bank dapat mencapai target yang diinginkan.

Tabel 1.1.
Jumlah Nasabah Pembiayaan Griya Ib Hasanah Bank BNI Syariah
KCP Rajabasa Bandar Lampung Bulan Januari-Juli Tahun 2019.⁸

No	Bulan	Jumlah Nasabah
1	Januari	3
2	Februari	7
3	Maret	11
4	Aprill	14
5	Juni	18
6	Juli	22

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa adanya penambahan jumlah nasabah setiap bulannya. Oleh karena itu, perlu dikaji lebih mendalam karena untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan bank BNI Syariah guna mendapat jumlah nasabah yang lebih banyak yang ingin melakukan pembiayaan.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mencoba membahas hal yang berkaitan dengan “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Pada Griya iB Hasanah di BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung”.

⁷ Nur Asmawi, *Pemasaran Syariah*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 160-161

⁸ Maya Dwi Lestari, (Bagian Oprasional & Service Head BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung) wawancara dengan peneliti, Bandar Lampung, 22 Juli 2019

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Griya iB Hasanah di bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Pada Griya iB Hasanah di BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin diperoleh dalam penelitian antara lain sebagai berikut

a. Secara Teoritis

Mengetahui Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Pada Griya iB Hasanah di BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung.

b. Praktis

1) Bagi BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung mengetahui strategi pemasaran dalam peningkatkan pembiayaan pada Griya iB Hasanah KCP Rajabasa Bandar Lampung.

2) Bagi Pembaca

Sebagian bahan referensi untuk melakukan penelitian lanjutan tentang peningkatan pembiayaan pada Griya iB Hasanah KCP Rajabasa Bandar Lampung ditinjau dari *marketing mix*.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah jenis penelitian (*field research*) yang berarti suatu penelitian yang bersifat intensif dan terperinci serta mendalam terhadap suatu objek.⁹ Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian di BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang beraksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran- pengukuran terhadap gejala tertentu.¹⁰ Menurut Cholid Narbuko dan Abdul Acyadi “Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi”.¹¹ Dalam hal ini peneliti memberikan deskriptif mengenai Strategi Pemasaran Pada Griya iB Hasanah di BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung.

⁹ Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 44

¹⁰ Abdurrahman Fathoni, *Metode Penelitian*, 97

¹¹ Cholid Narbuko dan Abdul Acyadi. *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 44

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti ada dua macam yaitu data primer dan data sekunder:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian sumber data primer menggunakan wawancara langsung dengan Maya Dwi Lestari sebagai Oprasional & Service Head (OSH), Ika Kusuma dewi Sales Assistant (SA) BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung dan Nila sebagai nasabah pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data yang digunakan sebagai penunjang penelitian adalah buku-buku yang membahas tentang strategi pemasaran¹², seperti Sofjan Assauri, dengan judul Manajemen Pemasaran serta Kasmir dengan judul Manajemen Perbankan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data (primer) untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting diperoleh dalam metode ilmiah. Pada

¹² Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011), 117

umumnya data yang dikumpulkan akan digunakan, kecuali untuk keperluan eksploratif, untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan. Data yang digunakan harus cukup valid untuk digunakan. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban yang diberikan oleh yang diwawancarai.¹³

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.¹⁴

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara bebas terpimpin, yakni metode *interview* yang dilakukan dengan membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.¹⁵ Mengenai hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pimpinan maupun para karyawan di BNI Syariah KCP Rajabasa atau pihak-pihak terkait di bidangnya masing-masing

¹³ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 105

¹⁴ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 83

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 199.

seperti melakukan wawancara dengan Operasional & Service Head, Sales Assistant dan nasabah.

b. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Pada pelaksanaan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.¹⁶ Teknik dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya.¹⁷

Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai profil di BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung serta data-data lain yang menunjang dalam penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹⁸ Analisis data yang digunakan adalah analisa data kualitatif dengan cara berfikir induktif, karena data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian.

¹⁶ *Ibid.*, 201

¹⁷ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian.*, 112

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 244

Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan tingkah laku yang diobservasikan dari manusia.¹⁹

Cara berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum. Cara berfikir induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis.²⁰

Berdasarkan keterangan di atas, maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang telah diperoleh kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan Griya iB Hasanah di bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mengetahui beberapa gambaran yang ada dalam tugas akhir ini peneliti memberikan beberapa penejelasannya

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang tema, judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, metode penelitian, sistematika pembahasan. Yang disusun secara sistematis menyangkut tema strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan pada Griya Ib Hasanah.

¹⁹ Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 16.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 245

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang strategi pemasaran, Strategi Pemasaran Syariah, bauran pemasaran (*Marketing Mix*), Produk Griya iB Hasanah, dan penerapan *murabahah* pada Griya iB Hasanah.

3. BAB III PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum dan sejarah berdirinya BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, visi dan misi, struktur organisasi, dan struktur kepengurusan, berisi tentang strategi pelayanan

4. BAB VI PENUTUP

Bab ini peneliti menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan yang dilakukan dalam bab sebelumnya

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Strategi didefinisikan oleh David (2006) sebagai alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, strategi merupakan tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Strategi juga mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang. Strategi memilih konsekuensi yang multifungsi dan multi dimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal yang dihadapi perusahaan.

Definisi Strategi menurut *Thomson dan Stirckland* (2004) adalah sekumpulan langkah-langkah kompetitif dan pendekatan-pendekatan bisnis yang digunakan oleh manajer untuk menarik dan memuaskan pelanggan, bersaing, mengembangkan bisnis, melaksanakan operasional sehari-hari dan mencapai tujuan yang ditargetkan. Strategi mengindikasikan pilihan-pilihan yang diambil tentang bagaimana perusahaan mendapatkan pelanggan, merespon, perubahan-perubahan pasar, berkompetisi, mengembangkan bisnis, dan bagaimana cara untuk mencapai target.

Definisi strategi dalam lingkup berbeda didefinisikan oleh Umar (2001) sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu cara yang dilakukan untuk menetapkan bagaimana perusahaan mencapai misi dan tujuannya dengan keunggulan kompetitif dalam jangka waktu panjang.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik.¹

2. Pengertian Pemasaran

Pengertian pemasaran selalu berkembang dari waktu ke waktu, di mulai dari pengertian pemasaran secara sederhana sampai dengan pemasaran dalam lingkungan persaingan bisnis yang semakin modern dan kompetitif.

Kotler Dan Keller (2006) menyatakan bahwa pemasaran iyalah fungsi organisasi dan satu set proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan dan

¹ Devi Hervita, Triwidyastuti, Irvandi Gustari, "Analisis Strategi Bisnis Pada PT.Gancia Citra Rasa", *Eksekutif*, (Universitas Pancasila), Vol.14, No 2, Desember 2017, 372-373

untuk membangun hubungan pelanggan yang memberikan keuntungan bagi organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.

Kotler dan Armstrong (2006) menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai untuk pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk mengambil nilai dari pelanggan saat datang kembali.

Hair Jr (2000) berpendapat pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsep pemberian harga, promosi, dan pendistribusian produk, pelayanan, dan ide yang ditujukan untuk menciptakan kepuasan diantara perusahaan dan para pelanggannya.

Menurut *Shimp* (2000) berpendapat pemasaran merupakan fungsi dari manajemen yang bertanggung jawab untuk meyakinkan bahwa setiap aspek dari organisasi berfokus pada hubungan pelanggan dengan menyampaikan nilai yang superior, dan menyadari bahwa perusahaan berada pada tujuannya untuk menghubungkan dengan akses perusahaan yang paling penting.²

Secara umum pengertian dari pemasaran bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabah.³

² Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta 2016), 340-342

³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2014), 194-195

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu yang terkait dengan pemindahan produk (barang atau jasa) dari tangan produsen ke tangan konsumen, yang merupakan identifikasi maupun evaluasi peluang, analisis segmen pasar, pemilihan target pasar, dan petencanaan bauran pemasaran yang tepat.⁴

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.

Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial

⁴ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 219

budaya dan keadaan politik. Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau ancaman atau hambatan bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Faktor internal perusahaan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah faktor yang terkait dengan pelaksanaan fungsi perusahaan yang meliputi keuangan atau pembelanjaan, pemasaran, produksi serta organisasi dan sumber daya manusia.⁵

a. Tujuan Pemasaran Bank

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah sebagai berikut:

- 1) Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- 2) Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- 3) Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- 4) Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.⁶

b. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin

⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 168-169

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2014), 197.

memerlukan produk atau ramuan pemasaran tersendiri. Bank dalam menjual produknya ke nasabah membagi pasar menjadi beberapa jenis sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan. Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri.

c. Penetapan Pasar Sasaran

Menetapkan pasar sasaran artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuranukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran.

d. Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut.⁷

4. Acuan/Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Merupakan komponen utama yang diperlukan dalam pemasaran, yang digunakan oleh bank untuk mencapai tujuan pemasarannya pada suatu target *market*.⁸ Bauran pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan di antara elemen-elemen yang ada di dalam *marketing mix*.

⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2014), 208-212.

⁸ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 221

Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen lain.

Kotler menyebutkan konsep “bauran pemasaran (*Marketing Mix*) terdiri dari 4P: produk (*Product*), harga (*Price*), distribusi/tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*).”⁹

a. Strategi Produk

Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan *share* pasar.

Dengan produk dimaksudkan barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasannya. Jadi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi, dan gagasan atau buah pikiran. Dalam produk ini terkandung fungsi produk tersebut dan faktor lain yang diharapkan oleh konsumen tersebut, yang sering dinyatakan sebagai produk Plus (pelayanan). Faktor-faktor yang terkandung dalam suatu produk adalah mutu kualitas, penampilan, pilihan yang ada, gaya, merek, pengemasan, ukuran, jenis, macam, jaminan, dan pelayanan.

⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 213-215

Dalam strategi *marketing mix*, strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan/bauran produk (*product mix*), merek dagang (*brand*), cara pembungkusan/kemasan produk (*product packing*), tingkat mutu/kualitas dari produk, dan pelayanan (*services*) yang diberikan. Tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan.¹⁰

Kotler mengatakan “jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak memiliki wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau dengan suatu produk fisik”. Menurut *Kotler*, dikatakan ada empat karakteristik utama jasa yang mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Intangibility* (tidak berwujud, artinya, jasa tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dimiliki
- 2) *Inseparability* (tidak terpisahkan), artinya, antara si pembeli jasa dengan penjual jasa saling berkaitan

¹⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015), 197-200

- 3) *Variability* (bervariasi atau beraneka ragam), artinya, jasa dapat diperjualbelikan dalam berbagai bentuk
- 4) *Perishability*, berarti mudah lenyap atau tidak tahan lama, artinya jasa tidak dapat disimpan, begitu jasa dibeli, maka akan segera di konsumsi.¹¹

b. Strategi Harga

Harga yaitu jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Harganya harus sesuai dengan pandangan tentang nilainya, supaya pembeli tidak beralih ke pesaingnya. Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung yaitu harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung, yaitu produk sejenis, potongan (*discount*) untuk para penyalur dan konsumen. Dalam strategi penetapan harga, disamping faktor tersebut di atas, perlu pula diperhatikan tujuan penetapan harga dan prosedur penetapan harga itu. Adapun beberapa tujuan penetapan harga yang diambil yaitu:

- 1) Memperoleh laba yang maksimum
- 2) Mendapatkan share pasar tertentu
- 3) Memerah pasara (*Market Skimming*)

¹¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 217

- 4) Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu.
- 5) Mencapai keuntungan yang ditargetkan
- 6) Mempromosikan produk.¹²

c. Strategi Lokasi atau *Layout*

Bagi Perusahaan non bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang atau cabang. Sedangkan penentuan lokasi bagi industri perbankan bisa ditekankan kepada lokasi cabang. Penentuan lokasi cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Demikian pula dengan sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang aman dan nyaman kepada seluruh konsumen.

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak tergantung dari keperluan lokasi tersebut terdapat paling tidak empat lokasi yang dipertimbangkan sesuai keperluan perusahaan yaitu antara lain:

- 1) Lokasi kantor pusat
- 2) Lokasi untuk pabrik
- 3) Lokasi untuk gudang

¹² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 223-227

4) Lokasi kantor cabang¹³

Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis usaha yang dijalankan
- 2) Dekat dengan pasar
- 3) Dekat dengan bahan baku
- 4) Dekat dengan tenaga kerja
- 5) Tersedia sarana dan prasarana (transportasi, listrik dan air)
- 6) Dekat pemerintahan
- 7) Dekat lembaga keuangan
- 8) Dikawasan industri
- 9) Kemudahan untuk ekspansi
- 10) Adat istiadat/budaya/sikap masyarakat
- 11) Hukum yang berlaku

Paling tidak ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi suatu cabang, yaitu:

- 1) Faktor utama (primer)
 - a) Dekat dengan pasar
 - b) Dekat dengan bahan baku
 - c) Tersedia tenaga kerja baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan
 - d) diinginkan

¹³ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 238-239

- e) Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya atau kereta api atau pelabuhan laut atau pelabuhan udara
- f) Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik, telepon dan lainnya
- g) Sikap masyarakat¹⁴

2) Faktor Sekunder

- a) Biaya investasi di lokasi seperti biaya pembelian tanah atau
- b) pembangunan gedung
- c) Prospek perkembangan harga atau kemajuan di lokasi tersebut
- d) Kemungkinan untuk perluasan lokasi
- e) Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Dekat dengan kawasan industri atau pabrik
- 2) Dekat dengan lokasi perkantoran
- 3) Dekat dengan lokasi pasar
- 4) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat
- 5) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi

Setelah lokasi diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menentukan *lay out* gedung dan *lay out* ruang kantor. Gedung dan

¹⁴ *Ibid.*, 239-240

ruangan yang tidak tertata rapi akan sangat membosankan konsumen. Pada akhirnya konsumen akan merasa tidak nyaman bila bertransaksi. Oleh karena itu, hilangkan kesan kantor yang sumpek dan semrawut yang akan mengakibatkan konsumen tidak betah berlama-lama berada di kantor. Usahakan *lay out* ruangan senyaman mungkin dengan susunan meja, tempat duduk atau keindahan lainnya seperti lukisan dan musik sehingga konsumen merasa nyaman dan aman.¹⁵

d. Strategi Promosi

Suatu produk bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serupa direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan *share* pasar. Setiap perusahaan selalu berusaha mempengaruhi calon pembeli sehingga dapat tercapai tujuan dan sasaran perusahaan.¹⁶ Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Paling tidak ada empat macam

¹⁵ *Ibid.*, 240-241

¹⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 264-265

sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

1) Perikalan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumen. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti:

- a) Pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis
- b) Pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat
- c) perbelanjaan
- d) Pemasaran produk di lokasi yang strategis
- e) Pemasangan melalui iklan
- f) Pemasangan melalui majalah
- g) Pemasangan melalui televisi
- h) Pemasangan melalui radio
- i) Dan menggunakan media lainnya

2) Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah konsumen. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik konsumen segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar konsumen tertarik

untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Misalnya dengan memberikan cendera mata, hadiah serta kenangkenangan kepada konsumen yang loyal.

3) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas ini dapat meningkatkan pamor perusahaan dimata konsumen, baik secara langsung atau tidak langsung.

4) Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *Cleaning Service*, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *Personal Selling* dilakukan oleh petugas *Customer Service*.¹⁷

B. Strategi Pemasaran Syariah

Pemasaran menurut perspektif syariah adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategi yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keIslaman yang sudah dianjurkan oleh Nabi Muhammad Saw. Menurut Hermawan Kertajaya, nilai inti dari pemasaran syariah adalah *integritas* dan *transparansi*, sehingga tidak boleh berbohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan

¹⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan* , 246-249

kebutuhan, bukan karena diskonnya atau atas iming-iming hadiah berkala. Secara umum pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari *inisiator* kepada *stake holders*nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* dalam Islam. Artinya dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁸

Dalam syariah marketing, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridha Allah, ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad SAW berhasil dalam melakukan bisnis yaitu:

1. *Shiddiq* (Jujur) artinya memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada satu ucapan pun yang saling bertentangan dengan ajaran Allah. Pada perbankan syariah, seorang pemasar sekalipun tidak boleh melakukan kebohongan atau terlalu melebih-lebihkan atas produk yang dijual hanya demi mengejar target penjualan. dalam perbankan syariah, antara nasabah dan pihak perbankan merupakan Mitra sejajar, sehingga pihak bank pun memperlakukan Nasabah seakan-akan sebagai saudaranya sendiri. Hal ini akan berimplikasi bahwa segala terkait dengan perencanaan keuangan nasabah didasari pada prinsip saling percaya dan bertujuan untuk memberdayakan nasabah dan bukan memperdaya nasabah.

¹⁸ M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 20-22

2. *Amanah* (atau dapat dipercaya) saat menjadi pedagang Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun atau sisa barang.
3. *Fathanah* (cerdas) dalam hal ini pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik.
4. *Tabligh* artinya mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam setiap gerak aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari. *Tabligh* yang disampaikan dengan hikmah, sabar, argumentatif dan persuasif akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang semakin Solid dan kuat. Seorang pemasar syariah harus mempromosikan dirinya tidak hanya sebagai representasi dari perusahaan namun turut pula sebagai juru dakwah dalam pengembangan ekonomi syariah. Masih banyak masyarakat yang belum mengerti tentang ekonomi syariah, dan itulah yang menjadi tugas bagi seorang pemasar Syariah untuk menjelaskan sekaligus menjual produk syariah yang akan ditawarkan kepada konsumen.
5. *Istiqamah* artinya konsisten. Hal ini memberikan makna seorang pemasar syariah dalam praktik pemasaran nya selalu *istiqamah* dalam penerapan aturan syariah. Seorang pemasar syariah harus dapat dipegang janjinya, tidak diperkenankan seorang pemasar syariah berubah-ubah dalam memberikan janji. Sebab dalam suatu perusahaan syariah konsisten dari

seorang pemasarannya menjadi cermin dari perusahaan tersebut secara keseluruhan.¹⁹

Kelima nilai ini akan mampu melahirkan suatu turunan budaya kerja yang berbeda pada institusi keuangan syariah.

C. Produk Griya iB Hasanah

1. Pengertian Griya iB Hasanah

BNI Griya IB hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun dan merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, apartemen dan sejenisnya), dan membelikan tanah kavling serta rumah indent yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.

a. Keunggulan Produk Griya iB Hasanah

- 1) Proses lebih cepat dengan persyaratan mudah sesuai dengan prinsip syariah.
- 2) Maksimum pembiayaan s.d Rp.25 Milyar
- 3) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun kecuali untuk pembiayaan kavling maksimal 10 tahun atau disesuaikan dengan kemampuan pembayaran.
- 4) Jangka waktu s.d 20 tahun untuk nasabah fix-income.
- 5) Uang muka ringan yang dikaitkan dengan penggunaan pembiayaan.
- 6) Harga jual tetap tidak berubah sampai lunas.

¹⁹ *Ibid.*, 25-28

- 7) Pembayaran angsuran melalui debit rekening secara otomatis atau dapat dilakukan diseluruh kantor cabang BNI Syariah maupun konvensional.
- b. Persyaratan Melakukan Pembiayaan Griya iB Hasanah
 - 1) Warga Negara Indonesia
 - 2) Usia minimal 21 tahun dan maksimal sampai dengan saat pensiun
 - 3) pembiayaan harus lunas
 - 4) Berpenghasilan tetap dan mampu mengangsur
 - 5) Memenuhi persyaratan berdasarkan penilaian bank
- c. Ketentuan biaya:
 - 1) Asuransi: Jiwa dan Kerugian
 - 2) Notaris, Materai, dll: sesuai ketentuan yang berlaku.
 - 3) Biaya sewaktu- waktu dapat berubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.²⁰

2. Pembiayaan Griya iB Hasanah Menggunakan Akad *Murabahah*

a. Pengertian *Murabahah*

Murabahah adalah istilah dalam fikih Islam yang berarti suatu bentuk jual beli dimana penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut.²¹

Secara umum *murabahah* merupakan akad jual beli dengan modal pokok di tambahkan keuntungannya di mana penjual

²⁰ www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/bnigriyaibhasanah Kamis 17/07/2019 14: 12 WIB

²¹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 81

menyebutkan harga pembelian barang modal kepada pembeli seperti “perkataannya, saya beli barang ini Rp.1000 maka berilah aku laba Rp.100 atau Rp.200.

Murabahah merupakan produk *financial* yang berbasis ba’I atau jual beli. *Murabahah* adalah produk pembiayaan yang paling banyak digunakan oleh perbankan syariah di dalam kegiatan usaha. Praktik pada pembiayaan *murabahah* mencapai 70%-80% dari semua transaksi di perbankan syariah.²²

Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjadi kepada pihak pembeli dengan mensyarakatkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu. Dalam akad *murabahah* penjual menjual barangnya dengan meminta kelebihan atas harga beli dengan harga jual. Perbedaan harga beli dengan harga jual disebut dengan margin keuntungan. *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati an penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang tersebut kepada pembeli.²³

²² Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbank Syariah*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017), 53

²³ Wahyuni, “Pengaruh Pembiayaan *Murabahah* Dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Di Bprs Madinah Lamongan Periode 2014-2017”, *JES*, (Universitas Islam Lamongan), Vol 3, No 2, Maret 2019, 238-239

b. Landasan Hukum

Terdapat beberapa landasan hukum akad *Murabahah* yang telah dijelaskan di dalam Al-Qur'an maupun Al-Hadis antara lain adalah sebagai berikut:

1) Firman Allah SWT dalam Surat Al-baqarah ayat 275

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...^ج

Artinya: ...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba... (Q.S. Al-Baqarah 275)²⁴

2) Al-Hadits

عَنْ سُهَيْبٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :
ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَةُ : الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمَقَارَضَةُ وَخَلْطُ الْبُرِّ
بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه)

Artinya: Dari Suhaib Ar-Rumi Radhiallahu'anhu bahwa Rasulullah saw. "tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual." (HR Ibnu Majah)²⁵

²⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 36

²⁵ Darsono, *Perbankan Syariah di Indonesia Kelembagaan Dan Kebijakan Serta Tantangan Kedepan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 222

3) Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*

Ketentuan Umum *Murahahah* dalam Bank Syariah antara lain sebagai berikut:

- a) Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas dari riba.
- b) Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syariah Islam.
- c) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang disepakati kualifikasinya.
- d) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas dari riba.
- e) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya pembelian dilakukan secara hutang.
- f) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah 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.
- g) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tentang yang telah disepakati.

- h) Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
- i) 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.²⁶

Ketentuan *Murabahah* kepada Nasabah antara lain sebagai berikut:

- a) Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau asset kepada bank.
- b) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu asset yang telah dipesannya secara sah dengan pedagang.
- c) Bank kemudian menawarkan asset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membelinya) sesuai dengan perjanjian yang telah disepakatinya, karena secara hukum perjanjian tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membeli kontrak jual beli.
- d) Dalam jual-beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.

²⁶ Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Andi, 2015), 431

- e) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil harus dibayar dari uang muka tersebut.
- f) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
- g) Jika uang muka memakai kontrak urbun sebagai alternative dari uang muka, maka:
 - 1) Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia hanya membayar sisa harganya.
 - 2) Jika nasabah batal membelinya, uang muka menjadi hak milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi, nasaba wajib melunasi kekurangannya.

Jaminan dalam *Murabahah* dijelaskan sebagai berikut:

- a) Jaminan dalam *murabahah* dibolehkan agar nasabah serius dengan pesanannya.
- b) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.²⁷

Utang dalam *murabahah* dijelaskan sebagai berikut:

- a) Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi dalam *murabahah* tidak ada kaitanya dengan transaksi lainnya yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang

²⁷ *Ibid*

tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.

- b) Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi angsurannya.
- c) Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.

Penundaan pembayaran dalam *Murabahah* dijelaskan sebagai berikut:

- a) Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dikenankan untuk menunda penyelesaian utangnya.
- b) Jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau salah satu pihak tidak menunaikan kewajibanya, maka penyelesaian dilakukan melalui badan *Arbitrase* Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Bangkrut dalam *Murabahah* dijelaskan bahwa jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan.²⁸

²⁸ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), 106-108

BAB III

PEMBAHASAN

A. Profil BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

1. Sejarah BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

Berdiri sejak 1946, BNI yang dahulunya dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintahan Indonesia. Sejalan dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian akhir tahun 1968. Perusahaan ini menjadikan penggunaan Bank Negara Indonesia lebih dikenal sebagai “BNI 46” dan ditetapkan bersamaan dengan perusahaan identitas perusahaan tahun 1988.

Dari tahun ke tahun BNI selalu menunjukkan kekuatannya di industri perbankan dan kepercayaan masyarakat pun terbangun dalam memilih BNI sebagai tempat penyimpanan alat kekayaan yang terpercaya. Permintaan akan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah mulai bermunculan yang pada akhirnya BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep dual system banking, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus.

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat

terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada undang-undang No 10 Tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah, diawali dengan pembentukan Tim Bank Syariah di Tahun 1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI.

Setelah Itu, BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan pada tanggal 29 april 2000 didirikan unit usaha syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya (UUS) BNI terus berkembang menjadi kantor cabang dan 31 kantor cabang pembantu.

Selain itu, nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channeling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Dalam pelaksanaan oprasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan dewan pengawas syariah (DPS) yang sekarang diketuai oleh K.H. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan Syariah.

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa setatus UUS bersifat temporel dan akan dilakukan *off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19

Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu Komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point. Selanjutnya, pada tanggal 26 November 2011 BNI Syariah membuka kantor cabang pembantu yang berlokasi di Bandar Jaya Lampung Tengah. Kemudian pada tanggal 23 Mei 2017 BNI Syariah KCP Bandar Jaya direlokasi ke Bandar Lampung yaitu menjadi BNI Syariah KCP Rajabasa dengan lokasi yang berada di Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 154, Gedong Meneng, Rajabasa, Kota Bandar Lampung.¹

2. Visi dan Misi Bni Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

1) Visi

Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

¹ <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah>. Diakses Pada Tanggal 13 September 2019. Pukul 14:00 WIB

2) Misi

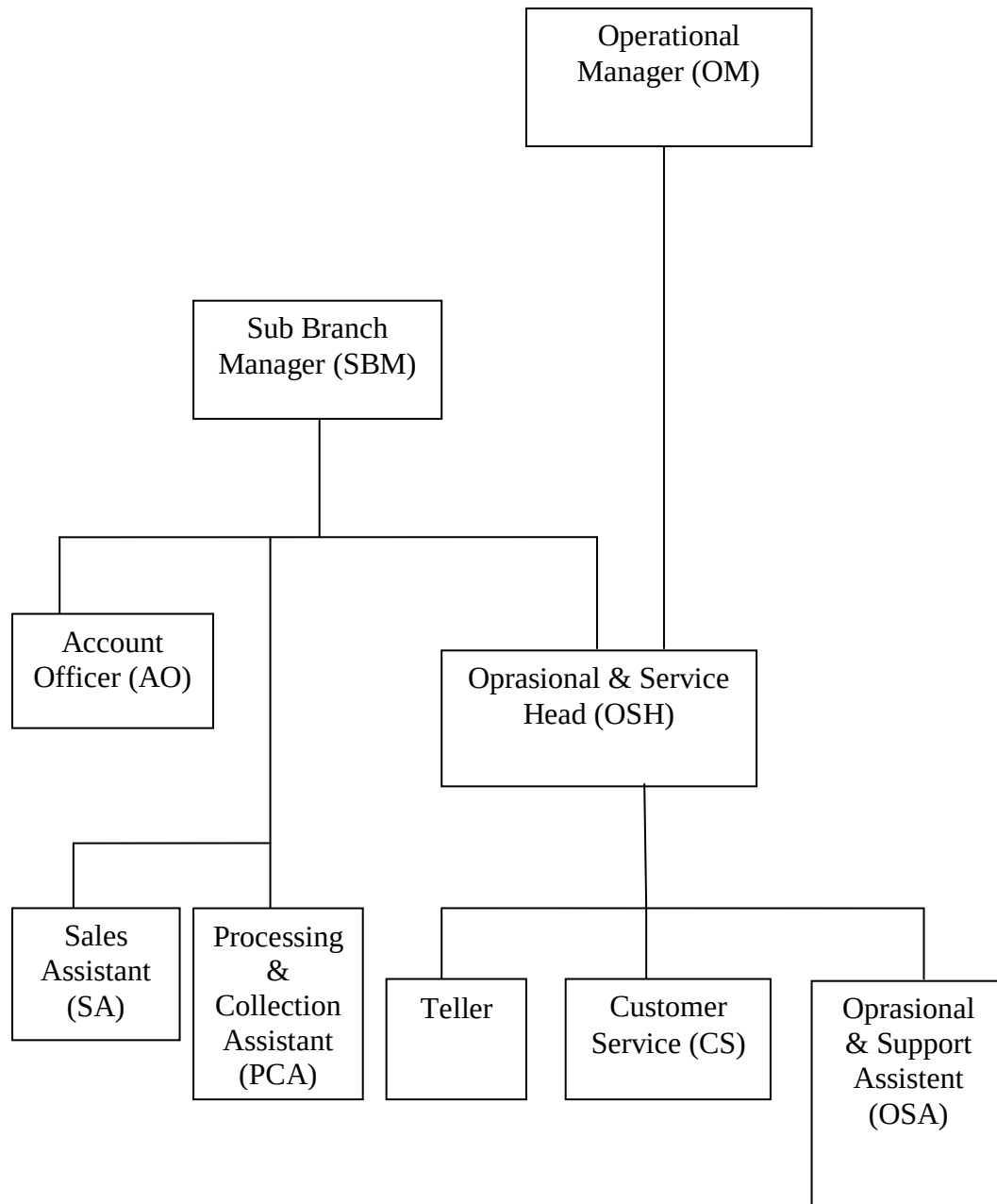
- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada pelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa Perbankan Syariah.
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi sebagai pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.²

3. Struktur organisasi BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

Struktur organisasi mempunyai peranan dalam menunjang tugas, wewenang, tanggung jawab serta hubungan kerja antara pemimpin dan bawahan yang ada dalam organisasi tersebut, yang dibuat dengan tujuan untuk mengatur dan mengarahkan setiap aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan sehingga terkoordinasi dengan baik dan sesuai dengan tujuan.

² <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah>. Diakses Pada Tanggal 13 September 2019. Pukul 14:00 WIB

Gambar 3.1
Struktur Organisasi BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung³



³ Putri Wulandari & Siti Nafsiyah, “ Laporan Praktik Lapangan”, mahasiswa S1 Perbankan Syariah pada BNI Syariah KCP. Rajabasa Bandar Lampung, 21

4. Deskripsi Pekerjaan di BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

Pelaksanaan kegiatan bisnis dan operasional BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung pada gambar di atas terdapat unit-unit fungsional lainnya di dalam struktur organisasi kantor cabang pembantu. Berikut uraian fungsi dari tiap-tiap unit di atas:

a. *Sub Branch Manager (SBM) /Pemimpin Cabang Pembantu*

- 1) Mengkoordinasi dan mengawasi seluruh aktivitas operasional perbankan di Kantor Cabang Pembantu.
- 2) Memimpin operasional pemasaran produk produk *Commercial Banking & Consumer Banking*.
- 3) Memanfaatkan anggaran yang ada seefisien mungkin dan memastikan agar program dan sistem berjalan secara cost effective.
- 4) Menyusun rencana bisnis bank (RBB) untuk cabangnya dan melakukan sosialisasi rencana bisnis bank (RBB) kepada bawahan.
- 5) Memonitor pencapaian RABB oleh grupnya.
- 6) Mengevaluasi dan menyusun laporan pencapaian RB secara periodik setiap bulan.
- 7) Mengembangkan prosedur atau cara khusus untuk mencapai RBEB di cabangnya jika belum tercapai.
- 8) Menerima prosedur operasional dan lembar kerja pelaporan manajemen risiko dari divisi manajemen risiko mensosialisasikannya dengan karyawan/bawahan dalam grupnya.⁴

⁴ *Ibid*

- 9) Memonitor pelaksanaan pelaksanaan prosedur operasional manajemen risiko oleh bawahannya.
- 10) Mengevaluasi pelaksanaan prosedur operasional manajemen risiko.
- 11) Mengembangkan prosedur operasional khusus untuk grupnya.
- 12) Mengusulkan ke divisi manajemen resiko tentang pengembangan prosedur operasional manajemen risiko yang lebih sesuai.
- 13) Melakukan observasi langsung atas kinerja bawahan.
- 14) Memberikan *feedback* baik positif maupun negatif untuk meningkatkan kinerja bawahan.
- 15) Menentukan jadwal penilaian kinerja kepada masing-masing bawahan.
- 16) Melakukan penilaian kinerja secara objektif. Mendiskusikan target kinerja yang akan datang dengan bawahan.
- 17) Menyerahkan lembar penilaian kinerja kepada administrasi/SDM untuk kepentingan dokumentasi.
- 18) Memonitor tindakan Pengembangan yang dilakukan bawahan.
- 19) Memberikan *feedback* atas tindakan pengembangan yang sudah dilakukan jika dibutuhkan.
- 20) Melakukan tugas lainnya yang diberikan oleh atasan dalam ruang lingkup kerjanya.⁵

⁵*Ibid*

b. *Operational & Service Head*

- 1) Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
- 2) Mengkoordinasi dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.
- 3) Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengontrol arus perusahaan terutama pengelolaan piutang dan hutang sehingga memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kesehatan kondisi keuangan.
- 4) Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan, dan mengontrol penggunaan anggaran tersebut memastikan penggunaan dana secara efektif dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan.
- 5) Merencanakan dan mengkoordinasikan pengembangan sistem dan prosedur keuangan dan akuntansi, serta mengontrol pelaksanaannya untuk memastikan semua proses dan transaksi keuangan berjalan dengan tertib dan teratur, serta mengurangi risiko keuangan.
- 6) Mengkoordinasikan dalam melakukan perencanaan dan analisa keuangan untuk dapat memberikan masukan dari sisi keuangan bagi pemimpin perusahaan dalam mengambil keputusan bisnis,

baik untuk kebutuhan investasi, ekspansi, operasional maupun kondisi keuangan lainnya.

- 7) Merencanakan dan mengkoordinasi perpajakan seluruh perusahaan untuk memastikan efisiensi biaya dan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan.
- 8) Membantu direksi mencari sumber dana di luar tabungan dan deposito.
- 9) Turut serta sebagai komite pemutus kredit sesuai ketentuan yang berlaku.
- 10) Menandatangani cek dan bilyet giro bank sesuai ketentuan yang berlaku.

c. *Account Officer*

- 1) Memastikan produk dana dan jasa konsumen dan institusi/kerjasama lembaga.
- 2) Memastikan produk pembiayaan produktif ritel dan konsumen.
- 3) Memproses permohonan pembiayaan produktif ritel.
- 4) melakukan penilaian jaminan nasabah terkait proses pemohonan pembiayaan produk ritel.
- 5) Membina hubungan memantau dan membantu apabila terdapat permasalahan atas aktivitas pemasaran dana oleh SCO.
- 6) Mengelola pemantauan melakukan collection dan memproses usulan penyelamatan pembiayaan produktif ritel dengan kategori kolektibilitas 1 dan 2.

- 7) Mengelola aktivitas pemasaran yang dilakukan petugas direct sales.⁶

d. *Sales Assistant*

- 1) Memasarkan produk dana dan jasa konsumen dan institusi kerjasama lembaga.
- 2) memasarkan produk pembiayaan konsumen.
- 3) Memproses verifikasi awal permohonan pembiayaan konsumen.
- 4) Memproses permohonan pembiayaan talangan haji.

e. *Processing & Collection Assistant*

- 1) Melakukan verifikasi data dan kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan konsumen.
- 2) Melakukan penilaian jaminan nasabah terkait proses permohonan pembiayaan konsumen jika cabang belum mengikuti central taksasi.
- 3) Mengajukan keputusan pembiayaan atas pembiayaan konsumen yang telah diproses.
- 4) Melakukan pemeriksaan data sistem informasi debitur untuk pembiayaan produktif data konsumen.
- 5) Melakukan *collection* dan memproses usulan penyelamatan pembiayaan konsumen dengan Kategori kolektibilitas 1 dan 2 termasuk atas nasabah non scoring agunan Liquid.⁷

⁶*Ibid*

⁷*Ibid*

f. Teller

- 1) Memproses permintaan transaksi keuangan dan nonkeuangan terkait rekening dana yang dilakukan melalui KCP.
- 2) Mengelola kebutuhan kas harian sesuai dengan ketentuan buku kas.
- 3) Melaksanakan prinsip APU dan PPT

g. *Customer Service*

- 1) Proses pembukuan dan penutupan rekening giro/ tabungan/ deposito.
- 2) Melaksanakan prinsip KPU dan PPT.

h. *Operational & Support Assistant*

- 1) Mengelola proses administrasi pembiayaan (akad, pengikatan, SKP, *ceklist*, asuransi, dll).
- 2) Memproses transaksi pencairan pembiayaan, pendebitan angsuran, dan pelunasan.
- 3) Mengelola rekening pembiayaan, termasuk perubahan data rekening dan jaminan.
- 4) Mengelola penyimpanan dokumen pembiayaan dan dokumen jaminan pembiayaan.
- 5) Mengelola laporan kepada regulator terkait data debitur.
- 6) Mengelola hubungan dengan notaris.
- 7) Memproses transaksi kliring.
- 8) Mengelola daftar hitam nasabah.

9) Memproses pembukuan Garansi Bank, L/C, dan SKBDN.

i. *Driver*

Driver bertugas untuk menjaga kelancaran operasional kendaraan dinas berjalan dengan baik.⁸

j. *Security*

Security bertugas untuk menciptakan kondisi yang aman dan nyaman pada lingkungan kantor, baik selama jam operasional maupun di luar jam operasional.

k. *Office Boy (OB)*

OB bertugas untuk menjaga kebersihan dan perawatan gedung beserta fasilitas dan inventaris kantor dan memastikan sarana dan prasarana kantor dapat berfungsi dengan baik.

B. Produk-Produk BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

1. Produk Produk Penghimpunan Dana

a. BNI Giro iB Hasanah

BNI Giro iB Hasanah adalah simpanan transaksional dalam mata uang IDR dan USD yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad *Mudharabah Mutlaqah* atau *Wadiah Yadh Dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, Sarana Perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan.

⁸*Ibid*

Fasilitas:

- 1) Buku Cek dan Bilyet Giro khusus mata uang Rupiah.
- 2) Hasanah Debit Silver sebagai kartu ATM (bagi nasabah perorangan)
- 3) Layanan Mobile Banking, Internet Banking, SMS Banking, dan Phone Banking (transaksi non-finansial).
- 4) *Intercity clearing* untuk kemudahan penarikan cek atau bilyet giro dari bank-bank seluruh Indonesia.
- 5) Laporan rekening koran dikirimkan setiap bulan.
- 6) Cetak rekening koran sesuai permintaan nasabah dikenakan biaya Rp. 1000 per lembar.
- 7) *Automatic transfer system online (sweep account online)*. Untuk pendebitan otomatis rekening tabungan/giro lainnya milik nasabah apabila terjadi transaksi penarikan pada rekening giro, namun saldo giro tersebut tidak cukup. (Fasilitas pendebitan otomatis ini tidak berlaku untuk transaksi yang menggunakan *e-channel*).⁹

b. BNI Deposito iB Hasanah

BNI Deposito iB Hasanah yaitu investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah yang ditunjukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan akad mudharabah.

⁹ <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pendanaan/bnigiroibhasanah>. Diakses Pada Tanggal 14 September 2019. Pukul 12:00 WIB

Fasilitas:

- 1) Bilyet Deposito.
- 2) Terdapat pilihan mata uang Rupiah dan US Dollar.
- 3) Terdapat pilihan jangka waktu: 1,3,6,12 bulan.

Nisbah:¹⁰

Tabel 3.1
Nisbah Deposito iB Hasanah

Jumlah Bulan	Nasabah	Bank
1 bulan	46 %	54%
3 bulan	47%	53%
6 bulan	49%	51%
12 bulan	50%	50%

c. BNI Tabungan iB Syariah**1) BNI Simpel iB Hasanah**

Tabungan dengan akad wadiah untuk siswa dibawah umur 17 tahun dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Fasilitas:

- a) Buku tabungan.
- b) Kartu ATM/ Debit yang disebut Simpel iB Card.
- c) Dapat menerima dana secara otomatis (otokredit) dari rekening Tabungan iB Hasanah/ iB Bisnis Hasanah/ Prima Hasanah/ Giro iB Hasanah Perorangan IDR milik orang tua/ wali dengan menggunakan *standing order*.

¹⁰*Ibid*

d) ATM dapat digunakan sebagai kartu debit dimesin EDC BNI.¹¹

2) BNI Baitullah iB Hasanah

BNI Baitullah iB Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudharabah atau Wadiah yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah Haji Reguler/ Khusus) dan merencanakan ibadah Umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setor bebas atau bulanan dalam mata uang rupiah dan USD.

Fasilitas:

- a) Kartu Haji dan Umrah Indonesia.
- b) Buku Tabungan.
- c) Autodebit untuk setoran bulanan dari Rekening Tabungan iB Hasanah/ Bisnis Hasanah/ Prima Hasanah.
- d) Dapat didaftarkan menjadi calon jemaah haji melalui SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu).
- e) Terdapat pilihan mata uang yaitu Rupiah dan US Dollar.

Keunggulan:

- a) Bebas biaya pengelolaan rekening bulanan.
- b) Bebas premi asuransi kecelakaan diri dan biaya penutupan rekening (khusus rupiah).
- c) Lebih mudah mendapatkan nomer porsi haji karena BNI Syariah merupakan bank penerima setoran biaya perjalanan ibadah haji

¹¹ *Ibid*

dan terkoneksi *real time online* dengan SISKOHAT Kementerian Agama.

- d) Membantu nasabah dalam merencanakan haji dan umrah.
- e) Tersedia dalam mata uang rupiah dan USD.¹²

2. Produk Penyaluran Dana (Financing)

a. Produk Pembiayaan Konsumtif

1) BNI Griya IB hasanah

BNI Griya iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.

Keunggulan:

- 8) Proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.
- 9) Maksimum Pembiayaan sd Rp. 25 Milyar.
- 10) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun kecuali untuk pembelian kavling maksimal 10 tahun atau disesuaikan dengan kemampuan pembayaran.
- 11) Jangka waktu sd 20 tahun untuk nasabah fixed-income.

¹² Brosur Bank Bni Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

- 12) Uang muka ringan yang dikaitkan dengan penggunaan pembiayaan.
- 13) Harga jual tetap tidak berubah sampai lunas.
- 14) Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis atau dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang BNI Syariah maupun BNI Konvensional.

Persyaratan:

- a) Warga Negara Indonesia.
- b) Usia minimal 21 tahun dan maksimal sampai dengan saat pensiun pembiayaan harus lunas.
- c) Berpenghasilan tetap dan masa kerja minimal 2 tahun.
- d) Mengisi formulir dan melengkapi dokumen yang dibutuhkan.

Ketentuan Biaya: Asuransi: Jiwa dan Kerugian Notaris, Meterai, dll: Sesuai ketentuan yang berlaku *Biaya sewaktu-waktu dapat berubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.¹³

2) BNI Multiguna iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian barang kebutuhan konsumtif dan jasa sesuai prinsip syariah dengan disertai anggunan berupa tanah dan bangunan yang ditinggali berstatus SHM atau SHGB dan bukan barang yang dibiayai.

¹³ *Ibid*

Keunggulan:

- a) Proses lebih cepat dengan persyaratan mudah sesuai dengan prinsip syariah.
- b) Minimal pembiayaan Rp. 50 juta, maksimum Rp.2 Milyar.
- c) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 10 tahun.
- d) Uang muka ringan.
- e) Angsuran tetap tidak berubah sampai lunas.
- f) Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis atau dapat dilakukan diseluruh kantor cabang BNI Syariah maupun konvensional.¹⁴

3) BNI Oto iB Hasanah

BNI Oto iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor yang dibayar dengan pembiayaan ini.

Keunggulan:

- a) Proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.
- b) Minimal pembiayaan Rp.5 Juta dan maksimum Rp.1 Milyar.
- c) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 5 tahun.
- d) Uang muka ringan.
- e) Harga Jual tetap tidak berubah sampai lunas.

¹⁴ *Ibid*

- f) Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis atau dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang BNI Syariah maupun BNI Konvensional.

4) BNI Emas IB Hasanah

BNI Emas iB Hasanah merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur setiap bulannya melalui akad murabahah (jual beli).

Keunggulan:

- a) Objek pembiayaan berupa logam mulia yang bersertifikat PT ANTAM.
- b) Angsuran tetap setiap bulannya selama masa pembiayaan sampai dengan lunas.
- c) Biaya administrasi ringan sesuai ketentuan yang berlaku.
- d) Margin kompetitif.
- e) Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis.
- f) Jangka waktu pembiayaan minimal 2 tahun dan maksimal 5 tahun.
- g) Maksimum pembiayaan sampai dengan Rp. 150.000.000,-¹⁵

5) BNI Fleksi Umroh IB Hasanah

Pembiayaan konsumtif bagi anggota masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pembelian Jasa Paket Perjalanan Ibadah

¹⁵ Brosur Bank Bni Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

Umroh melalui BNI Syariah yang telah bekerja sama dengan Travel Agent sesuai dengan prinsip syariah.

Keunggulan:

- a) Proses cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.
- b) Dapat membiayai perjalanan ibadah umroh orang tua/mertua, suami/istri, dan anak-anak.
- c) Maksimum pembiayaan Rp. 200 juta.
- d) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 3 tahun atau 5 tahun untuk Nasabah payroll BNI atau BNI Syariah.
- e) Tanpa agunan untuk nasabah payroll BNI Syariah.
- f) Uang muka ringan.
- g) Angsuran tetap tidak berubah sampai lunas.
- h) Pembayaran angsuran melalui debit rekening secara otomatis atau dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang BNI Syariah maupun BNI Konvensional.

b. Produk Pembiayaan Produktif

Produk pembiayaan produktif diberikan untuk usaha yang Visible baik yang belum bankabel maupun sudah bankabel guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi usaha.

1) Tunas usaha IB Hasanah

Keunggulan

- a) Proses cepat dan mudah.

- b) Uang muka ringan minimal 10%.
- c) Minimal pembiayaan Rp 20 juta s/d Rp 500 juta
- d) Jangka waktu pembiayaan modal kerja minimal 3 tahun dan pembiayaan investasi maksimal 5 tahun.

2) BNI Wirausaha IB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.

Keunggulan:

- a) Proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.
- b) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 7 (tujuh) tahun.
- c) Plafond pembiayaan minimal Rp. 50 Juta dan maksimum Rp.1 (satu) Milyar.
- d) Pembayaran angsuran dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang BNI Syariah maupun BNI Konvensional..

Keunggulan

- a). Proses cepat dan mudah
- b). Uang muka ringan minimal 20%
- c). Minimal pembiayaan Rp 50 juta s/d Rp 1 milyar
- d). Jangka waktu pembiayaan s/d 7 tahun.

3) BNI Usaha kecil Ib Hasanah

Pembiayaan syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha kecil berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syariah.

Keunggulan:

- a) Persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.
- b) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 7 (tujuh) tahun.
- c) Plafond pembiayaan sampai dengan Rp.10 (sepuluh) Milyar.
- d) Pembayaran angsuran dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang

BNI Syariah maupun BNI Konvensional.¹⁶

C. Analisis Marketing Mix Pada Produk Griya iB Hasanah Di Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

Berdasarkan data yang diperoleh langsung dilapangan dan mengumpulkan teori-teori dari berbagai sumber, maka dapat dianalisis Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung dalam memasarkan produknya telah menerapkan teori strategi bauran pemasaran (marketing mix). Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung adalah menggunakan 4P, yaitu:

1. Produk (Product)

Setiap produk yang diluncurkan ke pasar tidak selalu mendapatkan respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan lebih besar

¹⁶ *Ibid*

dibandingkan dengan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk yang diluncurkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan maka peluncuran produk diperlukan strategi-strategi tertentu. Penerapan strategi pemasaran produk Griya iB Hasanah atau pembiayaan yang dilakukan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung adalah dengan menampilkan kualitas dan keunggulan dari produk produk tersebut sehingga dapat memenuhi pasar sasaran, dengan keunggulan tersebut Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung berusaha memberikan produk dan layanan yang dibutuhkan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dari karyawan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung produk Griya iB Hasanah memiliki dua jenis produk yang ditawarkan yaitu rumah indent dan rumah ready stock, rumah indent adalah rumah yang sesuai keinginan nasabah sedangkan rumah ready stock adalah rumah yang siap huni atau rumah yang sudah ada. Dari hasil wawancara ada beberapa perbedaan Produk griya ib hasanah yang ada di Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung dibandingkan dengan bank lainnya yaitu:

- a. Bebas Biaya Administrasi
- b. Bebas Biaya Profisi yaitu biaya yang dibebankan kepada kreditur atau nasabah atas jasa bank yang telah menyetujui pinjaman nasabah yang diajukan sebelumnya
- c. Prosesnya Mudah dan Cepat
- d. Angsurannya Flat tetap samapai dengan lunas

Produk Griya iB hasanah yang ditawarkan oleh Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung kepada calon nasabah dirasa sudah mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya di provinsi Lampung. Hal ini dilihat dari perkembangan nasabah yang melakukan pembiayaan produk Griya iB Hasanah yang menunjukkan adanya perkembangan setiap bulannya pada tahun 2019 jumlah nasabah yang menggunakan produk Griya iB Hasanah pada Bank BNI Syariah pada bulan januari berjumlah 3, pada bulan february berjumlah 7 dan pada bulan maret berjumlah 11. Berdasarkan data tersebut menunjukkan adanya tingkat ketertarikan nasabah untuk menggunakan produk Griya iB Hasanah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung sehingga dapat dikatakan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung dalam melakukan pemasaran produk memiliki beberapa kendala yang dihadapi:

- a. Persaingan antar sales baik sales Bank BNI Syariah itu sendiri maupun dari bank yang lainnya yang sama-sama menawarkan produk yang sama.
- b. Banyaknya lembaga keuangan yang melakukan pembiayaan produk sejenis Griya iB Hasanah atau produk KPR (kepemilikan rumah).

Kendala-kendala tersebut dapat di atasi oleh Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung dengan cara melakukan promosi dan sosialisasi lebih giat lagi karena lembaga keuangan mengedepankan sistem pelayanan dan kenyamanan nasabah. sehingga nasabah merasa nyaman

dalam melakukan pembiayaan di Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung.¹⁷

Berdasarkan penjelasan di atas strategi produk yang ditawarkan pada produk griya ib hasanah di Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung yaitu dengan menampilkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki dibandingkan dengan bank lainnya, produk yang ditawarkan kepada nasabah dengan tujuan memberi rasa suka dan ketertarikan untuk menggunakan produk tersebut. Selain itu mengedepankan sistem pelayanan dan kenyamanan nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam melakukan pembiayaan di Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

2. Harga

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan besar kecilnya penjualan suatu produk. Salah dalam menentukan harga maka akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Bank BNI Syariah strategi harga yang diterapkan oleh BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung dalam memasarkan produknya adalah dengan menciptakan kesan terjangkau sesuai dengan tipe.

¹⁷ wawancara dengan Ika Kusuma Dewi selaku Sales Assistant BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, pada tanggal 22 Juli 2019

Penetapan harga disesuaikan dengan kesepakatan antara Bank dan nasabah dimana harga tersebut disesuaikan dengan kemampuan membayar nasabah, harga ditetapkan secara transparan, penetapan margin pada produk Griya iB Hasanah di Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung disesuaikan dengan tipe. Tipe 48 harga jualnya 350.000.000, tipe 58 harga jualnya 400.000.000 dan tipe 70 harga jualnya 600.000.000.

Perbandingan besaran angsuran perbulan pada Griya iB Hasanah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Angsuran Griya iB Hasanah

Pembiayaan	Angsuran Griya iB Hasanah					
	lama cicilan (bulan)					
	36 bulan	60 bulan	84 bulan	120 bulan	144 bulan	180 bulan
100.000.000	2.673.556	1.805.333	1.449.048	1.202.667	1.118.889	1.049.778
200.000.000	5.347.111	3.610.667	2.898.095	2.405.333	2.237.778	2.099.556
300.000.000	8.020.667	5.416.000	4.347.143	3.608.000	3.356.667	3.149.333
400.000.000	10.694.222	7.221.333	5.796.190	4.810.667	4.475.556	4.199.111
500.000.000	13.367.778	9.026.667	7.245.238	6.013.333	5.594.444	5.248.889
600.000.000	16.041.333	10.832.000	8.694.286	7.216.000	6.713.333	5.248.889
700.000.000	18.714.889	12.637.333	10.143.333	8.418.667	7.832.222	6.298.667
800.000.000	21.388.444	14.442.667	11.592.381	9.621.333	8.951.111	7.348.444
900.000.000	24.062.000	16.248.000	13.041.429	10.824.000	10.070.000	9.448.000
1.000.000.000	26.735.556	18.053.333	14.490.476	12.026.667	11.188.889	10.497.778

Dari data di atas dapat dilihat perbandingan besaran angsuran yang diterapkan oleh Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung sama dengan lembaga keuangan lainnya, bedanya Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung lebih mengedepankan sistem pelayanan dan kenyamanan nasabah. sehingga nasabah merasa nyaman dalam melakukan pembiayaan tanpa memperhitungkan harga, dan kelebihan dari strategi

harga yang dimiliki Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung yaitu angsurannya flat.¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung mengenai strategi harga menurut nasabah relatif bersaing dengan bank lainnya, untuk angsuran setiap bulannya relatif sama dengan bank lainnya, dengan melakukan pembiayaan sebesar Rp.330.000.000 dengan uang muka sebesar Rp.66.000.000 selama 15 tahun maka angsuran perbulannya yaitu Rp.3.464.267.¹⁹

3. Tempat

Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung dalam meningkatkan distribusi produk dan layanan didukung oleh tempat atau letak kantor yang strategis. Lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, lingkungan yang baik untuk mengembangkan bisnis usaha, sarana yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum. dan kelebihan serta keunggulan dari tempat lokasi, masyarakat akan dapat mengetahui dan menjangkau dengan mudah keberadaan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung. Sehingga masyarakat akan lebih mudah tertarik dan bergabung menjadi nasabahnya Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung. Memiliki lokasi strategis mempermudah dalam memasarkan produk Griya iB Hasanah selain dilingkungan pusat perekonomian masyarakat.

¹⁸ Wawancara dengan Ika Kusuma Dewi selaku Sales Assistant BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, pada tanggal 22 Juli 2019

¹⁹ Wawancara dengan Nila selaku nasabah BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, pada tanggal 29 Juli 2019

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan nasabah, Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung berada di lokasi strategis mudah dijangkau oleh masyarakat baik melalui kendaraan umum baik kendaraan pribadi karena lokasi Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung dapat dilalui oleh angkutan kota, karena dekat dengan fasilitas umum lainnya seperti pusat perbelanjaan atau mall.²⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan karyawan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung strategi tempat yang diterapkan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung yaitu dengan memilih lokasi yang dekat dengan pusat usaha, lokasi yang ramai dan mudah dijangkau.²¹

4. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang termasuk ke dalam bauran pemasaran (marketing mix). Dalam kegiatan ini setiap Bank atau Perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini promosi yang dilakukan Bank BNI Syariah dan bagian pemasaran Bank BNI Syariah untuk menarik minat masyarakat agar mau menjadi nasabah Bank BNI Syariah dan menggunakan produk-produk Griya iB Hasanah adalah sebagai berikut:

²⁰ Wawancara dengan Nila selaku nasabah BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, pada tanggal 29 Juli 2019

²¹ Wawancara dengan Ika Kusuma Dewi selaku Sales Assistant BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, pada tanggal 22 Juli 2019

a. Periklanan (Adversiting)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi nasabahnya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan karyawan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung menggunakan media elektronik dan media cetak. Pada media elektronik Bank BNI Syariah melakukan pemasangan iklan melalui internet dan menggunakan media lainnya. Sedangkan pada media cetak Bank BNI Syariah melakukan pemasangan iklan melalui brosur, koran, majalah, dan pemasangan spanduk dilokasi strategis.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan nasabah Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung dengan pemasangan iklan di media elektronik dan media cetak mempermudah masyarakat untuk lebih mengenal produk Griya iB Hasanah, karena setiap harinya mereka pasti menggunakan media elektronik maupun media cetak, sehingga dengan begitu produk Griya iB Hasanah dapat menembus semua kalangan masyarakat sehingga dapat diketahui oleh masyarakat luas.²²

b. Promosi penjualan (Sales Promotion)

Selain promosi lewat iklan, Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung juga melakukannya lewat promosi penjualan atau sales promotion. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Tidak hanya itu saja, mengingat

²² Wawancara dengan Nila selaku nasabah BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, pada tanggal 29 Juli 2019

Griya Ib Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang di berikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk melakukan pembiayaan kepemilikan rumah.Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan karyawan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung agar penjualan atau nasabah semakin banyak dengan memberikan kemudahan dalam melakukan pembiayaan Griya iB Hasanah dengan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya.

c. Publisitas (Publicity)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas ini dapat meningkatkan pamor perusahaan dimata nasabah, baik secara langsung atau tidak langsung. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan karyawan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung Bank BNI Syariah melakukan publisitas melalui pameran dan workshop pada perusahaan bonofit seperti, perusaan listrik negara (PLN), pertamina, dan kantor pajak . Dengan cara ini diharapkan masyarakat berminat dan tertarik menjadi nasabah khususnya produk griya ib hasanah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung.

d. Penjualan Pribadi (Personal Selling)

Dalam dunia perbankan baik lembaga keuangan bank maupun non bank penjualan pribadi atau personal selling secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai, mulai dari cleaning service, satpam, sampai pejabat bank. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan karyawan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, jadi tidak hanya bagian pemasaran atau marketing saja yang berhak menjual produk Bank BNI Syariah, tetapi semua bagian mulai dari bawahan sampai atasan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, berhak melakukan hal tersebut. Penjualan secara personal selling yang diterapkan adalah konsep marketing jemput bola seorang marketing akan mendatangi calon nasabahnya secara langsung menawarkan produk mereka, seperti tabungan, kredit atau pembiayaan dan lain sebagainya.²³

²³ Wawancara dengan Ika Kusuma Dewi selaku Sales Assistant BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, pada tanggal 22 Juli 2019

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung dalam meningkatkan pembiayaan Griya IB Hasanah, yaitu dengan adanya kegiatan promosi dimana promosi tersebut merupakan salah satu strategi yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan pembiayaan, baik melalui media cetak maupun elektronik, kemudian dengan pameran dan workshop di berbagai tempat dan dengan strategi jemput bola agar minat nasabah untuk melakukan pembiayaan lebih meningkat, sehingga Bank BNI Syariah dapat memiliki tingkat saing yang lebih tinggi terhadap bank lainnya.

B. Saran

Bagi Bank BNI Syariah diharapkan semakin aktif untuk meningkatkan inovasi dalam kegiatan pemasaran dalam meningkatkan daya saing dengan menggunakan media promosi yang lebih modern dan canggih seperti pemanfaatan jejaring sosial mengingat saat ini hampir seluruh lapisan masyarakat merupakan pengguna aktif sosial media.

Kepada para akademisi, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan kajian lebih mendalam dengan metodologi yang lebih komprehensif, agar dapat memberikan dampak positif yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010
- Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta 2016
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Press, 2015
- Asmawi, Nur. *Pemasaran Syariah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015
- Darsono. *Perbankan Syariah di Indonesia Kelembagaan Dan Kebijakan Serta Tantangan Kedepan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2005
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011
- Hervita, Devi, dkk. "Analisis Strategi Bisnis Pada PT.Gancia Citra Rasa". Eksekutif. (Universitas Pancasila). Vol.14. No 2. Desember 2017
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014
- Ismail. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2010
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014
- Mujahidin, Akhmad. *Hukum Perbankan Syariah*. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017
- Mujahidin, Akhmad. *Hukum Perbankan Syariah*. Depok: Rajawali Pers, 2017
- Muljono, Djoko. *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Andi, 2015
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abdul. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013

Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016

Suryabrata, Sumardi. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012

Umam, Khotibul. *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017.

Wahyuni. "Pengaruh Pembiayaan Murabahah Dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Di Bprs Madinah Lamongan Periode 2014-2017". JES. (Universitas Islam Lamongan). Vol 3. No 2. Maret 2019

<https://www.bnisyariah.co.id/id.id/personal/pendanaan/bnigriroibhasanah>. Diakses Pada Tanggal 14 September 2019. Pukul 12:00 WIB

<https://www.bnisyariah.co.id/id.id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah>. Diakses Pada Tanggal 13 September 2019. Pukul 14:00 WIB

<https://www.bnisyariah.co.id/id.id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah>. Diakses Pada Tanggal 13 September 2019. Pukul 14:00 WIB

<https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/bnigriyaibhasanah>

www. radarlampung. co. id. diakses Rabu 29 Juli 2019 pukul 9: 00 WIB

www.saibumi.com/artikel-87096-proyeksi-terus-tumbuh-positif
asetperbankansyariah capairp-4241-trilliun. html diakses Jumat 26 Juli
2019 pukul 10.20 WIB

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1423/In.28.3/PP.00.9/08/2019
Lampiran :-
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

11 Juni 2019

Kepada Yth:
Suci Hayati, S.Ag., M.S.I
di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Novita Diah Astutik
NPM : 1602080019
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Pada Griya IB Hasanah Di BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi prop'osal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan $\pm$ 2/6 bagian.
 - b. Isi $\pm$ 3/6 bagian.
 - c. Penutup $\pm$ 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

ALAT PENGUMPUL DATA
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN
PADA GRIYA IB HASANAH DI BNI SYARIAH KCP RAJABASA
BANDAR LAMPUNG

A. Wawancara

Berikut ini wawancara yang dilakukan dengan pegawai Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung

1. Wawancara dengan Ika Kusuma Dewi selaku bagian Sales Assistant BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung
 - a. Bagaimana penerapan strategi produk Griya iB Hasanah yang ada di bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung?
 - b. Berapa jenis produk Griya iB Hasanah yang ada di bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung?
 - c. Apa perbedaan rumah ready stok dan rumah indent?
 - d. Apa perbedaan antara produk Griya iB Hasanah yang ada di bank BNI Syariah dibandingkan dengan bank lainnya?
 - e. Apakah produk Griya iB Hasanah dapat bersaing dengan lembaga keuangan yang lainnya?
 - f. Apakah ada kendala dalam memasarkan produk Griya iB Hasanah?
 - g. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
 - h. Bagaimana penerapan strategi harga pada produk Griya iB Hasanah?
 - i. Berapa harga jual setiap tipe rumah tersebut?
 - j. Apakah sama harga Griya iB Hasanah yang ada di bank BNI Syariah dibandingkan dengan bank lainnya?
 - k. Bagaimana strategi tempat yang diterapkan Bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung?
 - l. Ada berapa cara promosi yang dilakukan Bank BNI Syariah untuk menarik minat nasabah untuk menggunakan produk Griya iB Hasanah?
 - m. Bagaimana cara promosi periklanan untuk memasarkan produk Griya iB Hasanah?

- n. Bagaimana cara promosi penjualan yang dilakukan bank BNI Syariah dalam memasarkan produk Griya iB Hasanah?
 - o. Bagaimana cara promosi publisitas dalam memasarkan produk Griya iB Hasanah?
 - p. Bagaimana cara penjualan personal selling dalam memasarkan produk Griya iB Hasanah?
2. Wawancara dengan Nila selaku nasabah produk Griya iB Hasanah di BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung
- a. Bagaimana harga produk Griya iB Hasanah, mahal atau tidak angsuran perbulannya?
 - b. Bagaimana lokasi dari bank BNI Syariah KCP Rajabasa Bandar Lampung, mudah dijangkau atau tidak?



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Novita Diah Astutik
NPM : 1602080019

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
Semester/TA : VI/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis / 18-f-2019	✓	- Dalam LBM harus ada data yang menunjukkan adanya peningkatan jumlah Nasabah yang menggunakan produk IB Hasanah. - Dalam LBM harus menggambarkan bagaimana pentingnya sebuah Strategi Pemasaran. - Pahami cara penulisan yang sudah ditentukan pada Buku pegangan penulisan karya ilmiah baik di segi: Mengawali Paragraf, Spasi vs Renggang, huruf, cara penulisan Foot Note dan lain lain margin kanan.	
2.	Jumat / 29-8-2019	✓	- Rumusan Masalah disesuaikan dengan judul & masalah yang ada di lapangan. - Manfaat penelitian bukan menjelaskan definisi secara teori & praktik.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ysb,

Suci Hayati, S.Ag. M.S.I.
NIP. 19740309 200312 2 003

Novita Diah Astutik
NPM.1602080019



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Novita Diah Asutik
NPM : 1602080019

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
Semester/TA : VI/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
3.	Jumat/ 20-9-2019	✓	- Sumber data primer tambahan Nasabah / Konsumen. - Teknik analisis data menjelaskan teknik apa yang akan dipakai oleh peneliti - Dalam memilih untuk Produk, produk apa yang digunakan dalam BNI Syariah yang jadi keunggulannya dibanding dengan bank lain. Begitu juga 3 P yang lain.	
4.	Kamis/ 3-10-2019	✓	- Kesimpulan harus menjawab pertanyaan penelitian - Lengkapi Abstrak serta berilah 2 lain yg dibikin.	
5.	Senin/ 7-10-2019	✓	- Ase Tugas Akhir untuk dimunculkan	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ysb,

Suci Hayati, S.Ag. M.S.I.
NIP. 19770809 200312 2 003

Novita Diah Asutik
NPM. 1602080019

BROSUR-BROSUR

Multiguna iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa fixed asset

Keunggulan

- Uang muka ringan / tidak dipersyaratkan
- Minimal pembiayaan Rp.25 Juta s/d Rp.2 Milyar.
- Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 8 tahun.
- Angsuran tetap sampai dengan lunas.

Persyaratan

- Sesuai syarat Griya iB Hasanah, butir 1 s/d 14.

Kemudahan mewujudkan impian kepemilikan emas yang Hasanah



Pembiayaan Emas iB Hasanah

Kini Anda dapat mewujudkan impian kepemilikan emas melalui Pembiayaan Emas iB Hasanah. Pembiayaan Emas iB Hasanah merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara rutin / tetap setiap bulannya.

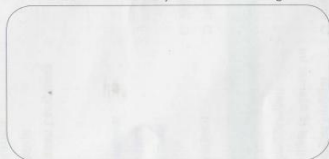
Keunggulan

- Objek pembiayaan berupa logam mulia.
- Angsuran tetap setiap bulannya selama masa pembiayaan s/d lunas.
- Pembayaran angsuran melalui debit rekening secara otomatis.
- Jangka waktu pembiayaan minimal 2 s/d 5 tahun.
- Maksimum pembiayaan sampai dengan Rp.150.000.000,-
- Margin kompetitif.

Persyaratan

- Berstatus sebagai pegawai aktif / profesional / pengusaha.
- Pemohon minimal berusia 21 tahun, pada saat pembiayaan lunas berusia maksimum :
 - 55 tahun untuk pegawai (usia pensiun).
 - 60 tahun untuk kalangan profesional dan pengusaha.
- Mempunyai penghasilan tetap dan kemampuan mengangsur.
- Mengajukan permohonan melalui pengisian formulir permohonan pembiayaan konsumtif serta wawancara langsung.
- Fotokopi KTP.
- Fotokopi NPWP (permohonan diatas Rp 50 Juta).
- Kartu Identitas Pegawai (untuk pegawai).

Informasi lebih lanjut silahkan hubungi



Untuk informasi lebih lanjut, hubungi Layanan Telepon 24 jam BNI Call di (021) 5000 46

Kemudahan dan kepastian mewujudkan impian yang Hasanah

Kemudahan transaksi di 292 Outlet BNI Syariah (Reguler dan Mikro), lebih dari 1.500 Kantor BNI dengan layanan Syariah dan lebih dari 11.000 ATM BNI, ditambah ribuan jaringan ATM Bersama, ATM Prima serta ATM berlogo Maestro dan Cirrus di seluruh dunia.

Informasi lengkap kunjungi Kantor Cabang BNI Syariah terdekat atau www.bnisyariah.co.id

BNI Syariah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan.

produk pembiayaan konsumtif

500046
BNI Call

[@BNISyariah](#)
PT Bank BNI Syariah

BNI Syariah

Memberikan yang Terbaik Sesuai Kaidah

**Wujudkan hunian Hasanah
dengan rasa tenang dan
tenteram sesuai syariah**



Griya iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk membeli, membangun, merenovasi rumah / ruko ataupun untuk membeli kavling siap bangun (KSB).

Keunggulan

- Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun.
- Margin kompetitif.
- Uang muka yang ringan.
- Angsuran tetap sampai dengan lunas.

Syarat Dokumen	Pegawai	Pengusaha	Profesional
01. Fotokopi KTP pemohon dan suami / istri	✓	✓	✓
02. Pasfoto 4x6 cm pemohon dan suami / istri	✓	✓	✓
03. Fotokopi surat nikah / cerai / pisah harta (jika pisah harta)	✓	✓	✓
04. Fotokopi kartu keluarga	✓	✓	✓
05. Fotokopi surat WNI, surat keterangan ganti nama bagi WNI keturunan	✓	✓	✓
06. Fotokopi NPWP (pembiayaan di atas Rp.50 juta)	✓	✓	✓
07. Fotokopi rekening koran/tabungan 3 bulan terakhir	✓	✓	✓
08. Asli slip gaji terakhir / surat keterangan penghasilan	✓	-	-
09. Asli surat keterangan masa kerja dan jabatan terakhir di perusahaan / instansi	✓	-	-
10. Neraca dan laba rugi / informasi keuangan 2 tahun terakhir	-	✓	✓
11. Akte perusahaan, SIUP dan TDP	-	✓	-
12. Fotokopi surat ijin praktek profesi	-	-	✓
13. Dokumen kepemilikan jaminan: - Fotokopi sertifikat dan IMB - Surat pesanan / penawaran - Fotokopi bukti setoran PBB terakhir - Rencana anggaran biaya (RAB)	✓	✓	✓
14. Denah lokasi rumah tinggal	✓	✓	✓

**Pembiayaan serba guna
yang Hasanah dengan
syarat mudah dan ringan**



Fleksi iB Hasanah

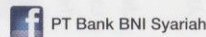
Fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai / karyawan suatu Perusahaan / Lembaga / Instansi untuk pembelian barang dan penggunaan jasa sesuai Syariah Islam

Keunggulan

- Maksimal sampai dengan Rp.100 Juta.
- Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 5 tahun.
- Margin kompetitif.
- Angsuran tetap sampai dengan lunas.

Persyaratan

- Sesuai syarat Griya iB Hasanah, butir 1 s/d 9 untuk Pegawai.



FORMULIR PERMOHONAN PEMBIAYAAN KONSUMTIF

PERMOHONAN PEMBIAYAAN

Jumlah Pembiayaan : ☐ Griya ☐ Multiguna ☐ Multijasa
☐ Haji ☐ Fleksi ☐ Oto
 Tujuan Pembiayaan : _____
 Jangka Waktu : _____ Bulan
 Total Pembiayaan : Rp. _____
 Uang Muka : Rp. _____
 Pembiayaan Bank : Rp. _____

INFORMASI PEMOHON

Nama Lengkap : _____
 Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
 Tempat / Tanggal Lahir : _____
 Status : ☐ Menikah ☐ Belum Menikah ☐ Janda / Duda
 Pendidikan : ☐ S3 / S2 ☐ S1 / D3 ☐ SMA / SMP ☐ Lainnya
 Nama Gadis Ibu Kandung : _____
 Nomor KTP : _____
 NPWP : _____
 Alamat KTP : _____
 Kode Pos : _____
 Alamat Domisili : _____
 Kode Pos : _____
 Nomor Telepon Rumah : _____
 Nomor Handphone : _____
 Status Tempat Tinggal : ☐ Pribadi ☐ Keluarga ☐ Sewa ☐ Dinas
 Lama Tinggal di Alamat Ini : _____
 Jumlah Tanggungan : _____ Orang

INFORMASI PEKERJAAN PEMOHON

Jenis Pekerjaan : ☐ PNS ☐ Swasta ☐ BUMN / D ☐ Profesional
☐ Wiraswasta ☐ Lainnya / Sebutkan.....
 Nama Instansi : _____
 Bidang Usaha : _____
 Alamat Instansi : _____
 Kode Pos : _____
 Jabatan : _____
 Nama Atasan Langsung : _____
 Lama Bekerja : _____ Mulai Bekerja Sejak (Tahun)
 Telepon Kantor : _____ ext _____ Fax _____
 Email : _____

INFORMASI PEKERJAAN PEMOHON SEBELUMNYA

Jenis Pekerjaan : ☐ PNS ☐ Swasta ☐ BUMN / D ☐ Profesional
☐ Wiraswasta ☐ Lainnya / Sebutkan.....
 Nama Instansi : _____
 Bidang Usaha : _____
 Alamat Instansi : _____
 Kode Pos : _____
 Jabatan : _____
 Lama Bekerja : _____
 Telepon Kantor : _____ ext _____ Fax _____

DATA ISTRI / SUAMI

Nama Istri / Suami : _____
 Jenis Pekerjaan : ☐ PNS ☐ Swasta ☐ BUMN / D ☐ Profesional
☐ Wiraswasta ☐ Lainnya / Sebutkan.....
 Nama Instansi : _____
 Bidang Usaha : _____
 Alamat Instansi : _____
 Kode Pos : _____
 Jabatan : _____
 Lama Bekerja : _____ Mulai Bekerja Sejak (Tahun)
 Telepon Kantor : _____ ext _____
 Nomor Handphone : _____

INFORMASI PEMBIAYAAN / PINJAMAN LAIN

Nama Bank	Jenis Pinjaman	Plafon / Jumlah Pembiayaan	Jatuh Tempo

INFORMASI REKENING SIMPANAN

Nama Bank	Jenis Pinjaman	Atas Nama	Nomor Rekening
	Gir / Tab / Dep		
	Gir / Tab / Dep		
	Gir / Tab / Dep		

INFORMASI KEUANGAN

1. Penghasilan Bersih Per-Bulan Pemohon : Rp. _____
 2. Penghasilan Bersih Per-Bulan Pasangan : Rp. _____
 3. Penghasilan Tambahan (Jika Ada) : Rp. _____
 4. Pengeluaran Per-Bulan : Rp. _____
 5. Angsuran Pembiayaan Lainnya : Rp. _____
 6. Sisa Penghasilan (1+2+3+4+5) : Rp. _____

INFORMASI DATA AGUNAN

Jenis Agunan : ☐ T / KSB ☐ TB ☐ Mobil ☐ Motor ☐ Lainnya
 Lokasi Agunan : _____
 Luas T / KSB / TB : Tanah _____ M² Bangunan _____ M²
 Merek Kendaraan : _____ Tahun _____
 Status Kepemilikan / : ☐ Hak Milik ☐ Hak Guna Bangunan
 Sertifikat : ☐ Lainnya / Sebutkan.....
 Jenis Dokumen : _____ Nomor _____
 Nomor Sertifikat : _____
 Nomor IMB : _____
 Harga Jual / RAB : Rp. _____

INFORMASI KELUARGA DEKAT TIDAK SERUMAH

Nama : _____
 Hubungan : _____
 Alamat : _____
 Kode Pos : _____
 Telepon : Rumah _____ HP _____

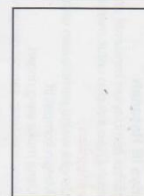
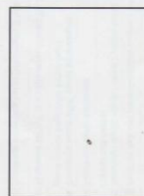
PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa semua informasi yang diberikan adalah benar. Informasi ini diberikan untuk tujuan permohonan pembiayaan dan dengan ini Saya mengizinkan BNI Syariah untuk mendapatkan dan memeriksa seluruh informasi yang diperlukan. Bersama ini Saya memberi kuasa kepada Bank untuk memotong dari rekening Giro / Tabungan / Deposito Saya di BNI / BNI Syariah guna melunasi angsuran pembiayaan dan atau kewajiban lainnya kepada Bank jika terjadi penundaan pembayaran. Dengan ini pula Saya menyatakan bersedia dan akan patuh pada peraturan dan persyaratan yang ditentukan Bank dan Saya mengetahui bahwa Bank berhak menyetujui atau menolak permohonan ini tanpa memberitahukan alasannya.

.....
 Pemohon

.....
 Istri / Suami Pemohon

FOTO PEMOHON & PASANGAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
METRO Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-822/In.28/S/OT.01/10/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : NOVITA DIAH ASTUTIK

NPM : 1602080019

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1602080019.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 09 Oktober 2019

Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtari Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001

RIWAYAT HIDUP



Novita Diah Astutik dilahirkan di Jepara Jawa Tengah pada tanggal 26 Juni 1998 anak pertama dari pasangan Bapak Kamijan dan Ibu Zunianah.

Pendidikan dasar penulis ditempuh di SD Negeri 1 Sirna Galih dan selesai pada tahun 2010 kemudian melanjutkan di SMP Negeri 1 Kembang dan selesai pada tahun 2013, sedangkan pendidikan menengah atas pada SMA Negeri 1 Way Tenong dan selesai pada tahun 2016 kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan D3 Perbankan Syariah dimulai pada semester 1 tahun 2016/2017.