



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR iB GRIYA
PADA BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**SAMSUL BORKAT SORMIN
NIM. 11 220 0032**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2015



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR iB GRIYA
PADA BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**SAMSUL BORKAT SORMIN
NIM. 11 220 0032**



JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2015



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR iB GRIYA
PADA BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SEI)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**SAMSUL BORKAT SORMIN
NIM. 11 220 0032**

PEMBIMBING I

**Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001**

PEMBIMBING II

**Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2015

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **SAMSUL BORKAT SORMIN**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 08 Mei 2015
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

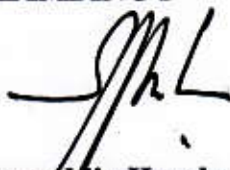
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **SAMSUL BORKAT SORMIN** yang berjudul **"STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR IB GRIYA PADA BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN"**, Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi Islam (SEI) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

PEMBIMBING II



Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **SAMSUL BORKAT SORMIN**
NIM : **11.220.0032**
Fakultas/Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR IB GRIYA
PADA BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 08 Mei 2015
Saya yang Menyatakan,



SAMSUL BORKAT SORMIN
NIM: 11.220.0032

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA**

NAMA : SAMSUL BORKAT SORMIN
NIM : 11 220 0032
**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR iB GRIYA
PADA BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

Ketua

Sekretaris



Rosnani Siregar, M. Ag
NIP.19740626 200312 2 001



Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

Anggota



1. Rosnani Siregar, M. Ag
NIP.19740626 200312 2 001



2. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001



3. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004



4. Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidimpuan
Tanggal : 06 Mei 2015
Pukul : 14.00 s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : 74,25 (B)
Predikat : Amat Baik
IPK : 3,16



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR iB GRIYA
PADA BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

NAMA : SAMSUL BORKAT SORMIN
NIM : 11 220 0032

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (SEI)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 18 Mei 2015

Dekan



Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : **SAMSUL BORKAT SORMIN**
NIM : **11. 220 0032**
Judul : **Strategi Pemasaran Produk KPR iB Griya pada Bank Sumut
Cabang Syariah Padangsidempuan**

Pada dasarnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Seiring berkembangnya zaman, strategi pemasaran yang diterapkan oleh suatu perusahaan harus senantiasa ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar demi tercapainya tujuan perusahaan.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran produk KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu menggambarkan secara sistematis mengenai fakta yang berhubungan dengan objek penelitian. Instrumen pengumpul data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan melakukan strategi-strategi berikut ini: Memenuhi permintaan pasar, menetapkan harga bersaing dengan kualitas produk yang baik, mempromosikan KPR iB Griya, memperbanyak kerjasama dengan pihak pengembang /depeveloper, memperkecil besarnya uang muka, mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk pengolahan informasi dan promosi, melakukan inovasi dan pengembangan produk untuk menghadapi persaingan pasar, bekerja sama dengan seluruh pemerintah kota/kabupaten se-Sumut untuk sosialisasi KPR iB Griya, selalu dilakukan riset pasar secara berkala untuk mengukur langkah bank pesaing dan keinginan calon nasabah, memaksimalkan posisi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sebagai Bank Daerah dengan prinsip syariah, Melakukan pendekatan atau promosi intensif dengan perusahaan developer nasabah bank konvensional untuk beralih ke Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dengan memberikan kemudahan-kemudahan dan fasilitas khusus.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah swt. yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya Serta Ridhanya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat berangkai salam peneliti hadiahkan ke ruh junjungan Baginda Rasulullah Muhammad Saw. yang menjadi suri tauladan terbaik dan merupakan sumber inspirasi bagi peneliti.

Penulisan skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR IB GRIYA PADA BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN” adalah untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mendapatkan gelar sarjana S.1 pada Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Padangsidimpuan.

Peneliti banyak menemui kesulitan dan hambatan dalam penulisan skripsi ini, baik dilapangan maupun buku-buku bacaan sebagai pendukung, namun kesulitan tersebut dapat ditanggulangi berkat Rahmat-Nya serta bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Maka dari itu dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.
2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.
4. Bapak Ikhwanuddin Harahap, M. Ag sebagai pembimbing I dan Bapak Muhammad Isa, S.T, M.M sebagai pembimbing II yang telah mengarahkan dan memberi saran dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh civitas akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan yang telah memberikan dukungan moril kepada peneliti selama dalam perkuliahan.
6. Bapak Pimpinan Cabang Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan yang telah mendukung dan memberikan izin untuk melaksanakan penelitian beserta karyawan yang turut membantu peneliti selama mengadakan penelitian.
7. Teristimewa kepada ayah dan ibu tercinta yang membesarkan dan mendidik peneliti dengan rasa penuh kasih sayang serta perjuangan tulus ikhlas

berhiaskan kesabaran, kakak-kakak dan adik-adikku yang menjadi motivasi terbesar bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belumlah sempurna, untuk itu peneliti membuka diri menerima saran yang sehat dari pembaca yang sifatnya membangun demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan ini bermanfaat bagi kita semua dan ilmu yang didapat selama menyusun maupun membaca skripsi ini berkah. Aamiin...

Padangsidempuan, 30 April 2015

Penulis,



SAMSUL BORKAT SORMIN
NIM. 11 220 0032

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI.....	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	7
C. Batasan Istilah.....	7
D. Perumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Kegunaan Penelitian	9
G. Sistematika Pembahasan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	11
1. Konsep Strategi Pemasaran.....	11
a. Pengertian Strategi.....	11
b. Pengertian Pemasaran	14
c. Pengertian Strategi Pemasaran	19
d. Segmentasi Pasar	20
e. Bauran Pemasaran	23
2. Analisa SWOT	25
3. Konsep KPR iB Griya.....	29
B. Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
B. Metode Penelitian	35
C. Subjek dan Objek Penelitian	35
D. Sumber Data	36
E. Instrumen Pengumpulan Data	36
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	37

G. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.....	40
1. Sejarah Berdirinya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan....	40
2. Visi, Misi dan Nilai-Nilai	42
3. Produk-produk Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.....	44
4. Syarat-syarat Pembiayaan KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	49
5. Struktur Organisasi.....	50
B. Analisis Strategi Pemasaran Produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	53
1. Perencanaan dan Perumusan Strategi Pemasaran Produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.....	53
2. Implementasi Pemasaran Produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.....	59
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR T A B E L

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4.1 Nilai-nilai Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.....	43
Tabel 4.2 Matrik SWOT Produk KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.....	54
Tabel 4.3 Keadaan Karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan Tahun 2015.....	59
Tabel 4.4 Pertumbuhan Nasabah KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	16
Gambar 2.2 Analisis SWOT	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Data Penduduk Kota Padangsidempuan**
- Lampiran 2. Brosur dan Formulir Permohonan KPR iB Griya**
- Lampiran 3. Pedoman Pembiayaan KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**
- Lampiran 4. Tabel Angsuran**
- Lampiran 5. Surat Pengesahan Judul**
- Lampiran 6. Surat Pengantar Riset**
- Lampiran 7. Surat Balasan Riset**
- Lampiran 8. Surat Keterangan Selesai Riset**
- Lampiran 9. Memo Riset 1**
- Lampiran 10. Memo Riset 2**
- Lampiran 11. Daftar Pertanyaan dan Hasil Wawancara**
- Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Islam di Indonesia boleh dikatakan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berdirinya lembaga-lembaga keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dapat dilihat sebagai proses untuk membangun sistem ekonomi Islam, baik dalam skala mikro maupun makro. Dilihat dari segi kedudukan dan perannya, lembaga keuangan syariah di Indonesia memiliki landasan hukum yang kuat sehingga dapat memberi peran yang maksimal dan memberi daya tawar positif untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional.¹

Sekalipun demikian, proses sosialisasi dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga ekonomi syariah kepada masyarakat belum efektif. Misalnya keberadaan bank syariah hanya menyentuh wilayah perkotaan, sedangkan di tingkat pedesaan keberadaannya masih relatif terbatas. Demikian pula dengan wawasan dan pengetahuan ekonomi syariah umumnya terbatas dikalangan akademisi dan praktisi, sedangkan masyarakat tingkat bawah belum sepenuhnya mengenal dengan jelas lembaga keuangan syariah. Padahal, lembaga ekonomi syariah memiliki keunggulan, bukan hanya dari aspek hukum (*syariat*), melainkan juga menjadi sistem ekonomi alternatif yang mendukung percepatan pembangunan ekonomi di Indonesia.²

¹Juhaya S.Pradja, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 7.

²*Ibid*, hlm. 7.

Ditengah maraknya perbankan nasional yang menggunakan sistem bunga, perbankan syariah tampil maju dan berkembang secara cepat. Sebagian besar perbankan nasional sudah mulai berkemas diri untuk ikut ambil peran dalam bisnis perbankan syariah. Hal ini ditandai dengan beroperasinya beberapa bank dengan sistem syariah, antara lain bank umum, unit usaha syariah bank konvensional dan bank pembiayaan rakyat syariah.

Bank syariah memiliki beberapa keunikan. Selain terikat oleh rambu-rambu hukum positif, sistem operasi bank syariah juga terkait dengan satu hukum yang lebih tinggi lagi yaitu hukum Tuhan. Sehubungan dengan itu maka setiap insan yang memiliki hasrat dan semangat untuk mengembangkan sistem perbankan syariah harus benar-benar memahami seluk-beluk prinsip dasar perbankan syariah agar tidak salah dalam melakukan implementasinya sehingga tidak melanggar rambu-rambu hukum Tuhan.³

Perbankan syariah di Indonesia tahun 2010 menargetkan 5% *market share* dari pengguna layanan perbankan di seluruh Indonesia, dan pondasi utama untuk mencapai target *market share* tersebut adalah pemasaran. Masih terjadi perdebatan tentang konsep pemasaran dari bank berbasis syariah dan bank berbasis konvensional. Karena segala bentuk sistem manajemen dalam pemasaran mempunyai arah yang sama untuk mendapatkan *market share*. Yang menjadi pembeda adalah etika dari seorang pemasar bank syariah yang harus benar-benar berbeda dengan pemasar bank konvensional.⁴

³ Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), hlm. ii

⁴ Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 5.

Mengingat banyaknya bank yang mengadopsi sistem syariah, setiap bank harus benar-benar mempersiapkan diri untuk segala kemungkinan yang terjadi. Produk-produk bank syariah sangat bervariasi mencapai lebih dari 40 jenis produk dan jasa keuangan syariah dengan menggunakan akad yang bervariasi juga. Produk dan jasa tersebut meliputi produk dan jasa untuk pendanaan, pembiayaan, pembiayaan perdagangan, jasa perbankan, *card services* atau pelayanan kartu, *treasury* dan *instrument* pasar uang. Hal tersebut menyebabkan timbulnya persaingan antar bank, sehingga perlu adanya strategi di dalam pemasaran masing-masing bank tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya. Di samping itu strategi yang digunakan harus sesuai dengan perkembangan dan lingkungan pasar.

Sejalan dengan semakin berkembangnya kegiatan pembangunan di Indonesia dan dengan jumlah penduduk yang semakin meningkat (kurang lebih 237.641.326 jiwa pada tahun 2014)⁵, pemerintah berusaha untuk selalu meningkatkan kesejahteraan penduduknya melalui pembangunan di berbagai sektor. Salah satu sektor yang terpenting adalah masalah mengenai perumahan atau kebutuhan papan. Dengan pertumbuhan penduduk yang semakin pesat namun lahan yang tersedia semakin terbatas dapat mengakibatkan tingginya harga tanah dan rumah sehingga hal ini akan menjadi beban bagi mereka yang membutuhkan tempat tinggal.

Salah satu kegiatan utama yang dilakukan oleh bank dalam rangka membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan perumahan dengan harga

⁵ Wikipedia, "Data Statistik Indonesia", (<http://id.wikipedia.statistik.net>, diakses 30 April 2015 pukul 09.30 Wib).

yang terjangkau adalah dengan memberikan pembiayaan. Salah satu fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh bank adalah dengan memberikan Kredit Pemilikan Rumah (KPR). KPR adalah pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat individu untuk pembelian atau pembangunan rumah tinggal, dimana besarnya pembiayaan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dari masing-masing pemohon.

Selama ini penyediaan KPR merupakan salah satu kegiatan bank konvensional yang tidak lepas dari bunga. Dalam penyelenggaraan KPR ini terlibat unit-unit usaha lain, seperti perusahaan pengembang (*developer*), yang menyediakan lokasi tanah maupun pembangunan rumah. Hal yang ditetapkan dalam KPR antara lain harga jual kontan, uang muka, tingkat keuntungan bank, angsuran bulanan dan benda-benda lain yang harus dibayar oleh pembeli (debitur). Misalnya biaya penyambungan listrik, provisi bank, dan biaya notaris.

Alasan utama masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah adalah efisiensi dari berbagai hal seperti waktu dan biaya, mudah dan karena bank syariah menetapkan prinsip kemitraan melalui produk pembiayaan. Bagi masyarakat yang memanfaatkan produk dan jasa perbankan syariah, perilakunya dipengaruhi oleh pertimbangan aksesibilitas bank, dan pertimbangan keamanan, sebagaimana pertimbangan dalam memilih bank secara umum.

Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan merupakan salah satu lembaga perbankan yang menawarkan produk pembiayaan bagi masyarakat yang berkeinginan untuk memiliki rumah/ruko/rukan yang disebut dengan KPR iB Griya.

Produk ini sebenarnya merupakan produk unggulan yang cukup potensial untuk dikembangkan oleh manajemen Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Resiko yang akan ditanggung oleh pihak perbankan dalam produk ini cenderung lebih sedikit dibanding produk pembiayaan dengan akad *musyarakah* atau *mudharabah* lainnya. Manajemen Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan selalu berusaha agar produk ini mengalami pertumbuhan yang signifikan di masa yang akan datang. Hal ini ditandai dengan kegiatan-kegiatan promosi yang cukup intens dilakukan selama ini. Namun kenyataannya produk ini belumlah sepopuler pembiayaan modal kerja dengan akad *musyarakah* atau *mudharabah*. Pertumbuhan produk ini perlu didorong dengan menyiapkan strategi yang terbaik sehingga diharapkan target-target perusahaan pada sektor pembiayaan ini dapat tercapai dengan baik. Walaupun harus diakui ada kecenderungan pertumbuhan produk secara perlahan kearah yang lebih baik.

Peneliti melakukan survey awal dengan mengunjungi beberapa komplek perumahan yang ada di Kota Padangsidempuan antara lain: Perumahan Griya Sarina, Kaplingan Ritonga, Perumahan Mitra Prima Minimalis, Kaplingan Matahari. Berdasarkan hasil survey ternyata sebagian besar proses pembiayaannya dilakukan dengan bank konvensional. Peneliti melakukan survey dengan mewawancarai salah seorang pimpinan, Griya Sarina yang KPR di bank konvensional 69,23% dan di bank syariah 30,77%, Kaplingan Ritonga 70,27% di bank konvensional 29,73% di bank syariah, Kaplingan Matahari 54,84% di bank konvensional 45,16% di bank syariah, dan kemudian peneliti melakukan wawancara dengan salah seorang bagian pemasaran Perumahan

Mitra Prima Minimalis yang KPR di bank konvensional 71,43% dan di bank syariah 28,57%. Dengan kata lain secara keseluruhan 66,44% kompleks perumahan tersebut masih berhubungan dengan bank konvensional dan hanya 33,56% yang sudah berhubungan dengan bank syariah.

Rendahnya pangsa pasar KPR yang telah dikuasai bank syariah secara keseluruhan di Padangsidempuan juga sejalan dengan kenyataan yang terjadi pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Jumlah nasabah KPR iB Griya masih sangat jauh bila di dibandingkan dengan total penduduk Kota Padangsidempuan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Padangsidempuan, jumlah penduduk kota Padangsidempuan pada tahun 2014 sebanyak 223.701 orang.⁶ Sedangkan berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan jumlah debitur KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah untuk tahun 2014 sebanyak 148 orang.⁷ Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Kota Padangsidempuan maka perbandingan jumlah penduduk dan jumlah debitur KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan masih sangat jauh. Artinya produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan belum begitu maksimal dipasarkan di Kota Padangsidempuan.

Memang produk sejenis KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan ini bukan hanya satu-satunya di Kota Padangsidempuan. Produk sejenis juga ditawarkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri (Persero) Tbk Cabang Padangsidempuan dan juga oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang

⁶ Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Padangsidempuan, 2014.

⁷ Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, 2014.

Padangsidempuan. Masing-masing perbankan tentunya menyusun strategi pemasaran dalam rangka memperebutkan nasabah.

Sebagai bank pendatang baru di Kota Padangsidempuan, bila dibandingkan dengan bank syariah yang lainnya, maka tentunya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan perlu menyusun strategi dalam memenangkan persaingan dalam memperebutkan nasabah pembiayaan sejenis KPR iB Griya yang khusus ditujukan untuk pembiayaan pemilikan rumah/ruko/rukan.

Mengingat belum begitu populernya produk KPR iB Griya ditengah masyarakat serta ketatnya persaingan antar perbankan syariah yang ada di Kota Padangsidempuan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk KPR iB Griya Pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”**.

B. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini tidak meluas kepada hal-hal yang diluar topik penelitian maka peneliti hanya fokus membatasi penelitian ini dalam kerangka penyusunan strategi pemasaran produk KPR iB Griya yang ada pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*).

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman istilah dalam skripsi ini, peneliti membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Rencana permainan untuk mencapai tujuan.⁸
2. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*).⁹
3. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk perhatian, akuisi, penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan berupa barang maupun jasa.¹⁰
4. KPR iB Griya adalah produk pembiayaan kepemilikan rumah sesuai syariah merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dengan menggunakan konsep syariah *murabahah* dengan angsuran sesuai kemampuan nasabah yang telah disepakati sejak awal sampai akhir masa pembiayaan sehingga memberikan ketenangan dan kepastian jumlah pembayaran (angsuran) bagi nasabah.
5. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah salah satu unit kerja atau cabang PT. Bank Sumut yang berpusat di Medan yang mana unit kerja ini berada di Kota Padangsidimpuan dalam Divisi Usaha Syariah.

⁸ *Ibid*, hlm. 60

⁹ *Ibid*, hlm.37.

¹⁰ Nembah F.Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2011), hlm. 90.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana strategi pemasaran produk KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
2. Bagaimana analisa SWOT yang digunakan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui analisa SWOT yang digunakan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Sebagai persyaratan menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di Jurusan Perbankan Syariah, IAIN Padangsidempuan.
2. Sebagai bahan pustaka untuk menambah khazanah keilmuan dalam bidang ilmu perbankan syariah. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain dengan topik yang sama.

3. Untuk menggambarkan strategi pemasaran produk KPR iB Griya yang diterapkan oleh Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam menarik minat nasabah.
4. Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam menyusun strategi pemasaran dimasa yang akan datang.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan istilah.

BAB II terdiri atas teori tentang konsep strategi pemasaran, produk KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

BAB III terdiri atas lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, instrumen pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV terdiri dari sejarah Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, kondisi pengetahuan masyarakat Padangsidempuan terhadap produk KPR iB Griya, dan strategi pemasaran yang digunakan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan untuk memasarkan produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

BAB V terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Konsep Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Strategos* yang diambil dari kata *stratos* yang berarti militer dan *Ag* yang berarti memimpin. Pada konteks awalnya, strategi diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.¹ Namun pada akhirnya, strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama.²

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa istilah strategi adalah suatu ilmu untuk menggunakan sumberdaya-sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tertentu.³ Sedangkan menurut Din Syamsudin, strategi mengandung arti antara lain:

- 1) Rencana dan cara yang seksama untuk mencapai tujuan.
- 2) Seni dalam mensiasati pelaksanaan rencana atau program untuk mencapai tujuan.

¹ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), hlm. 17.

² Rafi'udin dan Manna Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), hlm. 76.

³ Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hlm. 199.

- 3) Sebuah penyesuaian terhadap lingkungan untuk menampilkan fungsi dan peran penting dalam mencapai keberhasilan.⁴

Menurut Sondang P. Siagian untuk memenuhi persyaratan-persyaratan strategi yang baik, ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi antara lain:

- 1) Strategi sebagai keputusan jangka panjang harus mengandung penjelasan singkat tentang masing-masing komponen dari strategi organisasi yang bersangkutan, dalam arti terlihat kejelasan dari ruang lingkup, pemanfaatan sumber dana dan daya, serta keunggulannya, bagaimana menghasilkan keunggulan tersebut dan sinergi antara komponen-komponen tersebut diatas.
- 2) Strategi sebagai keputusan jangka panjang yang mendasar sifatnya harus memberikan petunjuk tentang bagaimana strategi akan membawa organisasi lebih cepat dan efektif menuju tercapainya tujuan dan berbagai sasaran organisasi.
- 3) Strategi organisasi dinyatakan dalam pengertian fungsional, dalam arti jelasnya satuan kerja sebagai pelaksana utama kegiatan melalui pembagian kerja yang jelas sehingga kemungkinan terjadinya tumpah tindih, saling lempar tanggung jawab dan pemborosan dapat dicegah.
- 4) Pernyataan strategi itu harus bersifat spesifik dan tepat, bukan merupakan pernyataan-pernyataan yang masih dapat

⁴ Din Syamsudin, *Etika Agama dalam Membangun Masyarakat Madani*,(Jakarta: Logos, 2000), hlm. 127.

diimplementasikan dengan berbagai jenis interpretasi yang pada selera dan persepsi individu dari pembuat interpretasi.⁵

Dalam merumuskan suatu strategi, manajemen puncak harus memperhatikan berbagai faktor yang bersifat kritikal, yaitu:

- 1) Strategi berarti menentukan misi pokok suatu organisasi atau merupakan keputusan dasar yang dinyatakan secara garis besar.
- 2) Dalam merumuskan strategi harus menggambarkan kemampuan yang dimiliki dan kondisi internal yang dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan.
- 3) Pengenalan tentang lingkungan organisasi yang akan berintegrasi, terutama situasi yang membawa persaingan tidak hanya mampu melanjutkan eksistensinya akan tetapi mampu meningkatkan efektivitas dan produktivitas kerjanya.
- 4) Strategi merupakan analisis yang tepat tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, peluang yang timbul dan ancaman yang mungkin dihadapi.
- 5) Mengidentifikasi upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi.
- 6) Menjatuhkan pilihan pada alternatif yang dipandang paling strategik dan dapat dicapai karena didukung oleh kemampuan dan kondisi internal organisasi.

⁵ Sondang P. Siagian, *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*, (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986), hlm. 23.

- 7) Sasaran jangka panjang yang mempunyai ciri-ciri idealistik, jangkauan waktunya jauh ke masa depan, dinyatakan secara kualitatif dan masih abstrak.
- 8) Memperhatikan operasionalisasi keputusan dasar.
- 9) Mempersiapkan tenaga kerja yang memenuhi berbagai persyaratan.
- 10) Teknologi yang dimanfaatkan harus canggih.
- 11) Bentuk, tipe dan struktur organisasi yang dipakai harus diperhitungkan.
- 12) Menciptakan sistem pengawasan yang relevan.
- 13) Menciptakan sistem penilaian yang tepat.
- 14) Menciptakan sistem umpan balik sebagai instrumen yang ampuh bagi semua pihak.⁶

Dari pembahasan di atas jelas bahwa pada dasarnya yang dimaksud dengan strategi bagi manajemen organisasi pada umumnya dan manajemen organisasi bisnis pada khususnya ialah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan sasaran organisasi yang bersangkutan.

b. Pengertian Pemasaran

Seiring dengan sejarah manusia dalam memenuhi kebutuhannya, ada pihak yang membutuhkan produk dan ada yang menawarkan

⁶ Sondang P. Siagian, *Op. Cit*, hlm. 16-17.

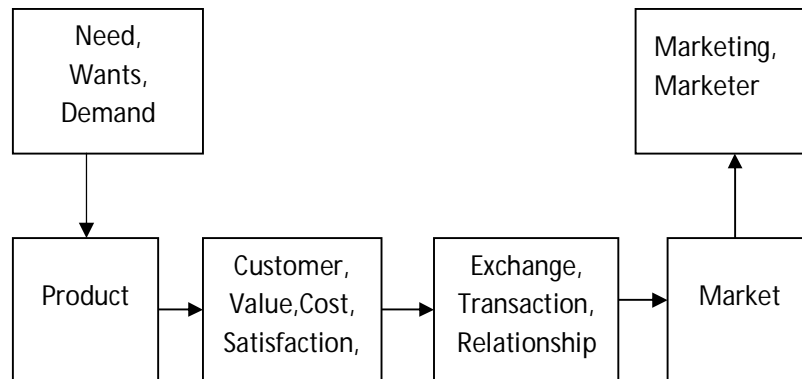
produk. Pemasaran menarik perhatian yang sangat besar baik dari perusahaan, lembaga maupun antar bangsa. Pemasaran yang pada awalnya dianggap mencakup kegiatan distribusi dan penjualan telah berubah menjadi pemasaran yang lebih komprehensif. Berbagai organisasi dalam melaksanakan pemasaran seperti lembaga-lembaga pemerintah, organisasi keagamaan dan lain-lain memandang pemasaran sebagai cara baru untuk berhubungan dengan masyarakat umum. Umumnya negara-negara sedang berkembang mempelajari dan berusaha memperbaiki cara bersaing yang lebih baik dalam pemasaran dunia, baik dilakukan dengan cara penelitian, promosi dalam usaha memasarkan dan mendistribusikan barang-barang produknya.

Pada awal sejarahnya pemasaran dilakukan dengan cara pertukaran barang (*barter*) dan terus menerus berkembang menjadi perekonomian dengan menggunakan uang sampai dengan pemasaran yang modern. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan.⁷ Menurut Kotler Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*).⁸

Dari defenisi Kotler dapat disimpulkan bahwa konsep inti pemasaran adalah sebagai berikut:

⁷ Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 37.

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2007), hlm. 6-7.



Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran

- 1) *Need* (kebutuhan) adalah sesuatu yang ingin dipenuhi yang berasal dari dalam diri manusia. Contoh: rasa lapar, rasa haus, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, kebutuhan aktualisasi diri.
- 2) *Wants* (keinginan) adalah kebutuhan yang dipengaruhi oleh kebudayaan atau individualitas seseorang.
- 3) *Demand* adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.
- 4) *Product* adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk dijual, produk bisa berbentuk jasa, barang, tempat, hak paten dan lainnya.
- 5) *Customer value* (nilai pelanggan) adalah perkiraan konsumen tentang kemampuan total suatu produk untuk memuaskan kebutuhannya.
- 6) *Cost* (biaya) adalah sejumlah dana yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk membiayai produk yang menurutnya bermanfaat.

- 7) *Satisfaction* (kepuasan) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya.
- 8) *Exchange* (pertukaran) adalah cara seorang mendapatkan segala sesuatu yang mereka butuhkan dan inginkan, pertukaran juga sering disebut perdagangan nilai antara dua pihak atau lebih.
- 9) *Transaction* (transaksi) adalah ukuran unit pemasaran.
- 10) *Relationship* (hubungan) adalah ikatan ekonomi dan sosial yang kuat dengan menjanjikan secara konsisten untuk menyerahkan produk barang dan jasa yang bermutu tinggi dengan harga yang layak.
- 11) *Market* (pasar) adalah terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki *need* dan *want* tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi *need* dan *want*.
- 12) *Marketing* (pemasaran) adalah aktivitas manusia yang ditujukan untuk memuaskan *need* dan *want* konsumen pasar melalui *exchange*.
- 13) *Marketer* (pemasar) adalah seseorang yang secara aktif mencari sumber daya dari pihak lain ⁹

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa sebenarnya proses pemasaran itu terjadi atau dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi. Keputusan-keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk pasar, harga dan promosinya. Kegiatan pemasaran

⁹ Herry Sutanto, *Op. Cit*, hlm. 37- 44.

tidak bermula pada saat selesainya proses produksi, juga tidak berakhir pada saat penjualan dilakukan.

Ada beberapa filosofi atau konsep alternatif yang dilakukan organisasi dalam menjalankan kegiatan-kegiatan pemasaran, sebagai berikut:

1) Konsep Produksi

Konsep produksi menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan (*highly affordable*) dan bahwa manajemen sebaiknya memusatkan perhatian pada peningkatan efisiensi produk dan distribusi. Konsep produksi ini berguna dalam dua situasi. Pertama, apabila permintaan atas produk melampaui penawaran. Dalam hal ini manajemen harus berupaya meningkatkan produksi. Kedua jika biaya produksi terlalu tinggi, peningkatan produktivitas diperlukan untuk menurunkan biaya. Konsep ini merupakan salah satu dari falsafah tertua yang menuntun para penjual.

2) Konsep Produk

Konsep produk ini menganggap bahwa konsumen menyukai penampilan produk yang lebih tinggi mutunya, lebih hebat keragaannya, dan lebih inovatif penampilannya. Produk yang ditawarkan adalah produk yang halal dan tidak boleh menghasilkan serta memperjualbelikan produk haram yang secara tegas dilarang oleh hukum syara. Seperti yang dijelaskan oleh Allah SWT dalam Firman Allah dalam surat Al Maidah ayat 90 sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ

الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah Termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”. (Q.S. Al-Maidah: 90).¹⁰

3) Konsep Penjualan

Banyak organisasi mengikuti konsep penjualan yang menganggap bahwa konsumen tidak akan membeli cukup produk perusahaan kecuali jika perusahaan tersebut melakukan upaya-upaya dan promosi yang gencar .

4) Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran (*marketing concept*) menganggap bahwa dalam mencapai tujuan harus ditentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran agar dapat memberi kepuasan kepada pasar dengan lebih efektif dan efisien dari yang diperbuat para pesaing.¹¹

c. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai

¹⁰ Departemen Agama Republik Indonesia , *Al Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Syamil Cipta Media, 2005), hlm. 123.

¹¹ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2011), hlm. 25-27.

tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Menurut Evan dan Berman strategi pemasaran adalah merangkum cara-cara dimana bauran pemasaran dipadukan untuk menarik dan memuaskan pasar sasaran dan sekaligus mewujudkan tujuan perusahaan.¹²

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan tujuan organisasi, karena di dalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah apa yang akan dilakukan dalam menggunakan kesempatan dan peluang pada beberapa pasar sasaran. Strategi pemasaran antara lain dibutuhkan untuk menentukan konsumen-konsumen manakah yang dituju. Ini berarti bahwa dengan strategi pemasaran, manajer pemasaran dapat mengetahui konsumen tertentu sebagai sasarannya, sehingga dapat diketahui kepuasan seperti apakah yang diharapkan oleh konsumen tersebut, kemudian mengidentifikasi keinginan mereka agar dapat menentukan kombinasi elemen-elemen *marketing mix* (produk, harga, distribusi, dan promosi) agar program pemasaran berjalan efektif.

d. Segmentasi Pasar

Pasar terdiri atas banyak pembeli dan pembeli berbeda baik dalam keinginan, pendapatan, sikap dan perilaku pembelinya karena setiap

¹² *Ibid*, hlm. 10.

pembeli memiliki kebutuhan dan keinginan yang unik maka setiap pembeli adalah pasar tersendiri. Namun karena begitu banyaknya pembeli dibuatlah pengelompokan konsumen atau segmentasi. Perlu dikemukakan bahwa ada dua kelompok pasar yaitu, pasar konsumen dan pasar bisnis.¹³

Segmentasi pasar adalah pembagian pasar secara keseluruhan ke dalam kelompok-kelompok untuk penyesuaian yang lebih tepat dan konkret dari suatu produk, sesuai dengan keinginan, kebutuhan serta karakteristik konsumen.¹⁴

1) Segmentasi pasar konsumen

- a) Segmentasi geografis adalah pembagian pasar sesuai dengan wilayah geografis, negara, wilayah (*region*), negara bagian (*state*), maupun kota. Perusahaan bisa memilih salah satu wilayah geografik tersebut atau beroperasi di semua wilayah dan memperhatikan perbedaan antar wilayah geografis dalam hal kebutuhan dan keinginan.
- b) Segmentasi demografis adalah pembagian pasar sesuai dasar variabel demografis seperti umur, kelamin, ukuran keluarga, daur hidup keluarga, pendapatan, jabatan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan. Justru faktor demografik ini yang paling sering digunakan dalam segmentasi, sebab memang perbedaan kebutuhan, keinginan dan laju penggunaan konsumen paling dekat dengan perubahan demografis.

¹³ *Ibid*, hlm. 224-226.

¹⁴ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 33.

- c) Segmentasi *psychografis* adalah pembagian pasar atas dasar kelas sosial, gaya hidup, kepribadian. Orang dalam kelompok demografis yang sama bisa memperlihatkan sifat-sifat yang berbeda-beda, dan seperti diketahui perbedaan kelas sosial menyebabkan berbeda dalam preferensi. Misalnya konsumen akan berbeda dalam membeli mobil, busana, perabot rumah tangga, kebiasaan, hobi dan makanan.
- d) Segmentasi perilaku (*behavioral segmentation*) adalah pembagian pasar atas dasar pengetahuan, sikap, penggunaan, dan tanggapan atas produk. Banyak pemasar meyakini bahwa variabel perilaku merupakan titik awal yang paling baik untuk mulai melakukan segmentasi pasar.

2) Segmentasi pasar bisnis

Banyak pemasar percaya bahwa perilaku dan manfaat pembelian memberi dasar untuk segmentasi. Suatu studi mutakhir pada perusahaan kelompok ini menunjukkan adanya empat segmen pasar, yang mana masing-masing mencari faktor harga dan manfaat layanan berikut:

- 1) Pembelian terprogram (*programmed buyers*). Pembeli memandang produk yang tidak begitu penting dalam operasi mereka. Mereka membeli produk secara rutin, dengan harga penuh dan menerima layanan di bawah rata-rata. Jelas bahwa ini merupakan segmen paling menguntungkan bagi perusahaan.

- 2) Pembeli hubungan (*relationship buyers*). Pembeli menganggap produk ini sedang-sedang peranannya bagi operasi mereka dan mengetahui penawaran pesaing. Mereka memilih membeli pada perusahaan yang bersangkutan sepanjang harga kompetitif. Mereka mendapat sedikit potongan dan layanan ala kadarnya.
- 3) Pembeli transaksi (*transaction buyers*). Pembeli ini penting memandang produk perusahaan tersebut sangat penting untuk operasi mereka. Mereka peka atas harga dan layanan. Mereka sangat mengetahui tawaran pesaing dan siap berpindah untuk mendapat harga yang murah, walaupun kehilangan beberapa layanan.
- 4) Pemburu penawaran (*supply hunter*). Pembeli ini memandang produk perusahaan sangat penting dan menuntut diskon besar dan layanan tinggi. Mengetahui pemasok alternatif dan siap untuk beralih hanya oleh sedikit ketidakpuasan. Bagi perusahaan pembeli ini hanya diperlukan untuk menjaga volume penjualan.¹⁵

e. Bauran Pemasaran

Dengan pengetahuan tentang komponen utama, pemasar akan dapat menentukan bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni kombinasi penggunaan peralatan (*tools*) dan taktik pemasaran yang terkendali guna keberhasilan pemasaran. Menurut Carthy, terdapat empat kelompok peralatan atau empat unsur atau empat variabel bauran

¹⁵ *Ibid*, hlm. 228-229.

pemasaran itu, dan karena empat unsur tersebut memiliki inisial P dalam bahasa Inggris maka empat unsur tersebut disebut 4P yakni: *Product, Price, Place, dan Promotion*.¹⁶

- 1) *Product* (Produk) adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan kepada pasar. Misalnya komputer maka apa yang kita peroleh bukan sekadar komputer sebagai *hardware* termasuk di dalamnya *software* dan bahkan komputer tersebut diantar kerumah, dipasangkan sampai dapat dipergunakan. Jadi konsumen memperoleh produk berupa barang fisik komputer dan jasa hantaran serta pemasangan.
- 2) *Price* (harga) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Perusahaan biasanya menyarankan harga penjualan kepada *dealer*, namun *dealer* tersebut sering menentukan harga sendiri.
- 3) *Place* (tempat) mencakup semua kegiatan perusahaan yang mengusahakan agar produknya tersedia bagi konsumen yang dituju. Untuk keperluan sehari-hari misalnya produk tersebut harus dengan mudah dapat dibeli di warung.
- 4) *Promotion* (promosi) berarti semua kegiatan perusahaan produsen untuk meningkatkan mutu produknya dan membujuk/merayu konsumen agar membeli produknya misalnya pabrik mobil Ford mengeluarkan lebih dari 600 juta dollar pertahun untuk kegiatan promosinya.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 10.

Pada perusahaan yang bergerak dalam usaha jasa (*services*) maka bauran pemasaran dilengkapi dengan elemen lainnya. Elemen-elemen tersebut adalah:

1) *People*

People sumber daya manusia (SDM) mutlak diperlukan bank untuk bertahan. Betapapun canggihnya peralatan bank tetapi tetap membutuhkan campur tangan manusia. Manusia, termasuk nasabah, mempunyai perasaan dan emosi yang tidak akan terpuaskan bila hanya dilayani dengan mesin tetapi juga harus mendapatkan pelayanan secara manusiawi dan ramah.

2) *Process*

Proses pelayanan juga sangat menentukan keberhasilan bank untuk memikat nasabah. Dalam hal ini faktor kecepatan, kemudahan, keamanan, dan kenyamanan dalam bertransaksi perlu diperhatikan.

3) *Physical Evidence*

Selain daripada bentuk fisik produk yang dijual, maka bentuk fisik dari *outlet* tempat pelayanan juga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Bentuk gedung kantor dan ruangan kerja serta *lay out* yang menarik maupun kelengkapan fasilitasnya dapat mempengaruhi *image* masyarakat atau nasabah.

2. Analisa SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (tantangan). Analisa SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu internal

dan eksternal yang mempengaruhi kemampuan dalam memasarkan produk.¹⁷ Analisa SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran).

Analisa SWOT terdiri atas empat komponen dasar, yaitu:

a. *Strengths* (kekuatan)

Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komperatif oleh unit usaha di pasaran. Keterampilan produk andalan dan sebagainya membuat lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar. Contoh bidang keunggulan itu antara lain ialah kekuatan pada sumber keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan di pasar, hubungan dengan pemasok, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan para berbagai pihak yang berkepentingan.

b. *Weakness* (kelemahan)

Jika orang berbicara kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran

¹⁷ Sondang P. Siagian, *Op. Cit.*, hlm. 172

yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

c. *Opportunities* (peluang)

Defenisi sederhana tentang peluang ialah “berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis” yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain ialah:

- 1) Kecenderungan penting yang terjadi di kalangan pengguna produk.
- 2) Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
- 3) Perubahan dalam kondisi persaingan.
- 4) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha.
- 5) Hubungan dengan para pembeli yang akrab.
- 6) Hubungan dengan pemasok yang harmonis.

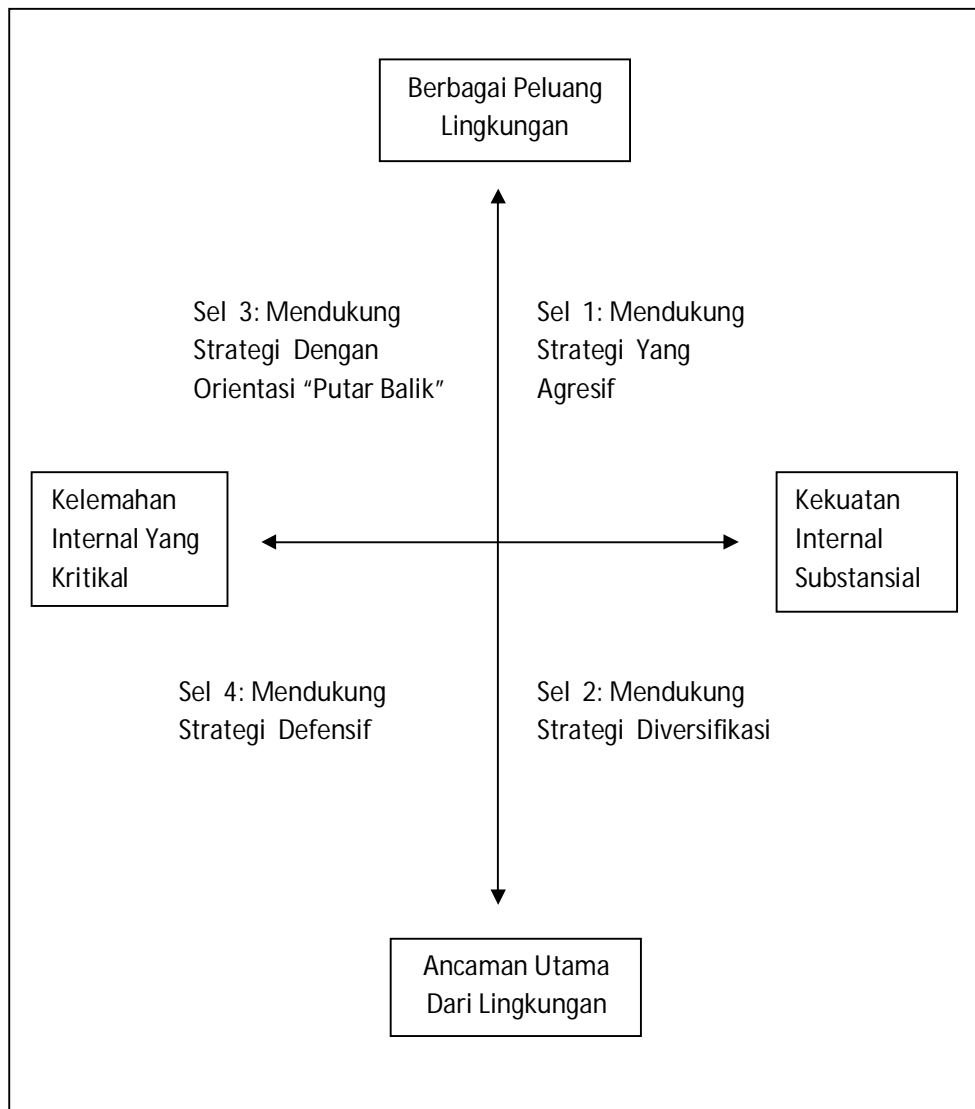
d. *Threats* (ancaman)

Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman “adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis” jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi “ganjalan” bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun masa depan. Berbagai contohnya, antara lain, adalah:

- 1) Masuknya pesaing baru di pasar yang sudah dilayani satuan bisnis.
- 2) Pertumbuhan pasar yang lamban.

- 3) Meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan.
- 4) Menguatnya posisi tawar pemasok bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan untuk proses lebih lanjut menjadi produk tertentu.
- 5) Perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai.
- 6) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang sifatnya restriktif.

Diagram analisis SWOT digambarkan berikut ini:



Gambar 2.2 Analisis SWOT

3. Konsep KPR iB Griya

Produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah pembiayaan kepemilikan rumah sesuai syariah merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh Bank Sumut unit usaha Syariah dengan menggunakan konsep syariah *murabahah* dengan angsuran sesuai

kemampuan nasabah yang telah disepakati sejak awal sampai akhir masa pembiayaan sehingga memberikan ketenangan dan kepastian jumlah pembayaran (angsuran) bagi nasabah.

Akad *murabahah* adalah akad pembiayaan dengan prinsip jual beli dengan menyertakan harga pokok dan keuntungan (*margin*) yang di sepakati.¹⁸ Dengan demikian masyarakat akan merasa tenang karena selama masa pembiayaan besar angsuran tidak berubah (*fixed*) meskipun kondisi ekonomi tidak menentu.

Ba'i al-murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam istilah teknis perbankan syariah *murabahah* ini diartikan sebagai suatu perjanjian yang disepakati antara bank syariah dengan nasabah, dimana bank menyediakan pembiayaan untuk pembelian bahan baku atau modal kerja lainnya yang dibutuhkan nasabah, yang akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual bank (harga beli bank + *margin* keuntungan) pada waktu yang ditetapkan.

Adapun dasar hukum yang membolehkan *murabahah* terdapat dalam Q.S. Al Baqarah ayat 275 yaitu:

... وَأَحْلَ الْبَيْعِ اللَّهُ وَحَرَّمَ الرِّبَا...¹⁹

Artinya:

“...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”¹⁹

Hal ini juga dipertegas dalam Q.S. An Nisa ayat 29, yaitu:

¹⁸ Herry Sutanto, *Op. Cit*, hlm. 181.

¹⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Op Cit*, hlm. 47.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنِ

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ...

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu...”²⁰

Adapun prosedur yang harus di lalui seorang nasabah untuk dapat menggunakan produk KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

- a. Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau aset kepada bank syariah.
- b. Jika bank syariah menerima permohonan tersebut, bank harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang. Bank membeli barang keperluan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba. Dalam hal ini bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan. Dimungkinkan bagi bank memberikan kuasa pembelian barang kepada nasabah untuk membeli barang yang dibutuhkannya. Jika demikian, akad jual beli (*murabahah*) harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank.
- c. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual sebesar harga beli plus margin/keuntungannya.

²⁰ *Ibid*, hlm. 83.

Nasabah harus membelinya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakatinya, karena secara hukum perjanjian tersebut mengikat.

Kemudian, kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.

- d. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad/perjanjian tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
- e. Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.

Dalam jual beli tersebut bank dibolehkan meminta nasabah untuk menyediakan jaminan dan atau membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan. Hal ini untuk menghindari cedera janji dari nasabah. Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut. Apabila nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah. Nasabah dapat menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, dan tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.

B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang terkait dengan strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh peneliti lain diantaranya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Tahun	Hasil
Muhammad Alwi	Evaluasi Pemasaran KPR Syariah Dengan Akad Murabahah (Permata Bank Cabang Kebun Jeruk	2011	Pemasaran KPR Syariah mengalami fluktuasi (peningkatan dan penurunan)
M. Rizky Kurnia	Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Bukit Tinggi	2008	Strategi Pemasaran yang digunakan Bank Syariah Mandiri Cabang Bukit Tinggi sama dengan bank lainnya sehingga tidak mengalami kemajuan.
Siti Humairoh	Strategi Pemasaran Pembiayaan Mudharabah Bank BRI Syariah Cabang Jati Negara.	2010	Strategi pemasaran yang digunakan Bank BRI Syariah Cabang Jatinegara adalah dengan menanamkan rasa kekeluargaan

Penelitian ini berbeda dari ketiga skripsi di atas. Perbedaannya dengan penelitian an. Muhammad Alwi adalah dari segi tujuannya yaitu melakukan evaluasi atas pemasaran KPR Syariah pada Permata Bank Cabang Kebun Jeruk. Sedangkan dengan penelitian an. M. Rizky Kurnia perbedaannya adalah

dalam hal ruang lingkup produk yang diteliti. Penelitian tersebut meneliti tentang strategi pemasaran produk bank secara keseluruhan. Penelitian yang dilakukan an. Siti Humairah juga berbeda dengan penelitian ini dalam hal produk yang diteliti yaitu produk pembiayaan *mudharabah*. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti adalah menyusun strategi pemasaran untuk produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dengan metode SWOT.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada bulan Pebruari sampai bulan April 2015.

B. Metode Penelitian

Metode adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban.¹ Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* (pikiran positif), digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci.²

Menurut Anselm Strauss dan Juliet Corbin metode penelitian kualitatif adalah jenis metode penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dan pengamatan.³

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan. Sedangkan yang menjadi objek penelitiannya adalah strategi pemasaran produk KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

¹ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 145.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 14.

³ Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 4.

D. Sumber Data

Sumber data yang dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

1. Sumber data primer adalah data yang bersumber dari orang yang mengetahui secara jelas dan rinci tentang permasalahan yang diteliti langsung dari lapangan.⁴ Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah data hasil wawancara (*interview*) langsung dengan karyawan serta dokumentasi dan arsip Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data melainkan lewat orang lain atau lewat dokumen.⁵ Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah literatur-literatur kepustakaan berupa buku, surat kabar. Buku dengan judul “Manajemen Pemasaran Bank Syariah” karangan Herry Sutanto merupakan salah satu literatur yang digunakan penulis sebagai bahan kepustakaan dalam penelitian ini.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan yaitu penulis mengumpulkan data berdasarkan buku-buku, referensi, artikel dan brosur yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

⁴ Sugiyono, *Op. Cit*, hlm. 402.

⁵ *Ibid*, hlm. 402.

2. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap fenomena yang diselidiki. Untuk memperoleh data yang akurat mengenai strategi pemasaran produk KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, penulis langsung mendatangi kantor Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.
3. Interview (wawancara) merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁶ Adapun yang menjadi topik dalam wawancara dengan karyawan Bank Sumut Cabang Syariah berhubungan dengan strategi pemasaran KPR iB Griya.
4. Dokumentasi yaitu data tertulis yang mendukung keterangan dan penjelasan yaitu brosur-brosur produk Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif temuan atau data penelitian dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menguji keabsahan data yang diperoleh dengan:

1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas perlu dilakukan dalam penelitian untuk mengetahui tingkat kepercayaan terhadap data hasil penelitian.⁷ Ada beberapa cara yang dapat dilakukan dalam melakukan uji kredibilitas data penelitian. Diantaranya perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi sumber,

⁶ *Ibid*, hlm. 410.

⁷ *Ibid*, hlm. 460-467.

triangulasi teknik, triangulasi waktu, menggunakan bahan referensi, dan member check. Namun dalam penelitian ini penulis menggunakan bahan referensi sebagai bahan pendukung untuk membuktikan kebenaran data yang diperoleh.

2. Uji Transferability

Uji transferability bertujuan untuk menentukan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya data hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil.⁸ Hal ini dimaksudkan untuk meyakinkan pembaca laporan penelitian tentang kebenaran data tersebut. Dalam membuat laporannya peneliti harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya.

3. Uji Dependability

Uji dependability dimaksudkan untuk memeriksa kebenaran hasil penelitian dengan mengadakan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.⁹ Karena sering terjadi peneliti dapat memberikan data tanpa harus terjun lapangan. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya penipuan, artinya seorang peneliti harus dapat menunjukkan jejak aktivitas lapangannya.

4. Uji Konfirmability

Uji konfirmability penelitian dalam penelitian disebut dengan uji obyektivitas penelitian. Suatu penelitian dikatakan obyektif apabila hasil penelitian tersebut telah disepakati banyak orang.¹⁰ Hal ini bertujuan agar jangan sampai ada data hasil penelitian tetapi tidak ada prosesnya.

⁸ *Ibid*, hlm. 468.

⁹ *Ibid*, hlm. 469.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 470.

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data menggunakan teknik kualitatif deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis mengenai apa yang terjadi dilapangan kemudian melakukan analisis dari hasil temuan tersebut dengan menyesuaikan antara temuan dan teori. Penulis menguraikan dan memberikan gambaran mengenai semua data yang diperoleh kemudian membuat analisis komparatif sesuai rumusan masalah dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode berpikir deduktif dan induktif.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan

1. Sejarah Berdirinya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan akte notaris Rusli no. 22 dalam bentuk perseroan terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha di ubah menjadi Badan Usaha Milik daerah (BUMD) sesuai Perda Tk. I Sumatera Utara No.5/1965, dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk. I dan Pemda Tk. II Sumatera Utara.

Salah satunya yang merupakan Bank Umum Milik Daerah seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) yang sekarang dikenal dengan Bank Sumut dan kepemilikannya sampai dengan saat ini sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Provinsi dan pemerintah kabupaten/kota Sumatera Utara. Bank SUMUT secara terus menerus melakukan perubahan sehingga mampu bertahan ditengah persaingan tersebut. Bank SUMUT sigap dalam melihat peluang pasar perbankan yang berperan sebagai tempat pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara syariah, maka pada tanggal 04 November 2004 PT. Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah yaitu di Medan dan Padangsidimpuan yang kemudian berkembang dengan dibukanya Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi, Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat dan 76 Unit Layanan

Syariah di seluruh Kantor Cabang dan Cabang Pembantu Konvensional PT. Bank SUMUT.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis Syariah dan telah berkembang cukup lama di kalangan Bank SUMUT, terutama sejak dikeluarkannya Undang-undang Nomor Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997. Selain Bank umum yang membuka Divisi Usaha Syariah Bank Konvensional seperti Bank SUMUT juga berperan di dalamnya untuk membuka Unit/Divisi Usaha Syariah. Dimana pada awal perjalannya kehadiran Bank Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor Perbankan Syariah. Namun Bank SUMUT ikut ambil resiko dalam mengembangkan Jasa Perbankan Syariah.

Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat religius, khususnya umat muslim yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran islam dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring keluarnya fatwa MUI yang menyatakan bunga Bank haram. Tentunya fatwa MUI tersebut akan sangat mendorong masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Atas dasar itulah akhirnya pada tanggal 04 Nopember 2004 Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan dua Kantor Cabang Syariah, yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan. Kemudian pada tanggal 26 Desember 2005 juga dibuka Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dilanjutkan dengan Kantor Cabang Syariah Stabat pada tanggal 26 Desember 2006. Selanjutnya pada tahun 2007, Bank SUMUT telah membuka Layanan Syariah (*Office Chanelling*) pada 66 Unit Kantor Cabang Konvensional yang lainnya.

Dimana PT. Bank SUMUT menentukan sasaran dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah sebagaimana berikut ini:

- a. Menjadi pemain utama Bank Syariah di Sumatera Utara dengan pangsa pasar terbesar.
- b. Beroperasi secara sehat dan menjadi sumber andalan profitabilitas bagi PT. Bank SUMUT.

2. Visi, Misi dan Nilai-Nilai

Adapun visi dan misi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, yaitu:

a. Visi

Menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

b. Misi

Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance.

c. Nilai-Nilai Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Adapun nilai-nilai Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan disingkat dalam sebuah kata “TERBAIK” dengan penjelasan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Nilai-nilai Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Nilai-Nilai Dasar Budaya	Perilaku Utama
Terpercaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersikap jujur, handal dan dapat dipercaya. 2. Memiliki karakter dan etika yang baik
Enerjik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersemangat tinggi, disiplin, selalu berpenampilan rapi dan menarik. 2. Berpikir positif, kreatif dan inovatif untuk kepuasan nasabah.
Ramah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bertingkah laku sopan dan santun 2. Senantiasa siap membantu dan melayani nasabah
Bersahabat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan menjaga hubungan dengan nasabah. 2. Memberikan solusi yang paling menguntungkan.
Aman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga rahasia perusahaan dan nasabah

	<p>sesuai ketentuan.</p> <p>2. Menjamin kecepatan layanan yang memuaskan dan tidak melakukan kesalahan dalam transaksi</p>
Integritas Tinggi	<p>1. Bertakwa kepada Tuhan YME dan menjalankan ajaran agama.</p> <p>2. Berakhlak mulia, jujur, menjunjung kode etik profesi dan memiliki Visi untuk maju.</p>
Komitmen	<p>1. Senantiasa menepati janji yang telah diucapkan.</p> <p>2. Bertanggung jawab atas seluruh tugas, pekerjaan, dan tindakan.</p>

3. Produk-Produk Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan berkomitmen menyediakan produk dan jasa perbankan dilandasi pada prinsip syariah dan pemberdayaan modal secara produktif, untuk keamanan dan kemudahan investasi. Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah:

a. Produk Penghimpun Dana

Dalam produk ini Bank Sumut Cabang Syariah hanya dikhususkan untuk mencari dana kepada lapisan masyarakat dan perusahaan.

Produk yang ditawarkan, diantaranya:

- 1) Giro iB Utama

a) Simpanan Giro iB Wadiah

Simpanan Giro iB Wadiah berdasarkan fatwa MUI Nomor. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 Hijriah/ 01 April 2000. Simpanan Giro iB Wadiah adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

b) Simpanan Giro iB Mudharabah

Simpanan Giro iB Mudharabah berdasarkan fatwa MUI Nomor. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 Hijriah/ 01 April 2000. Simpanan Giro iB Mudharabah adalah tabungan yang menitipkan dana pada Bank Sumut Cabang Syariah dengan menggunakan akad *mudharabah* dan mengelolanya secara profesional.

2) Tabungan

a) Tabungan iB Martabe Bagi Hasil (*Marhamah*)

Tabungan iB Martabe Bagi Hasil berdasarkan fatwa MUI Nomor. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 Hijriah/ 01 April 2000. Tabungan iB Martabe Bagi Hasil adalah berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqoh* yaitu investasi yang dilakukan nasabah dan sebagai pengelola adalah pihak Bank.

b) Tabungan iB Martabe Wadiah (*Marwah*)

Tabungan iB Martabe Wadiah berdasarkan fatwa MUI Nomor. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 Hijriah/ 01

April 2000. Tabungan iB Martabe Wadiah adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

c) Tabungan iB Maqbul (Haji)

Tabungan Haji adalah tabungan yang hanya dikhususkan untuk para nasabah yang mau melaksanakan ibadah haji.

3) Deposito iB Ibadah

Deposito menurut Undang-undang Nomor. 21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah. Adapun salah satu jenis deposito iB Ibadah.

b. Produk Pembiayaan

Dalam produk ini Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan hanya dikhususkan untuk mencari nasabah kepada seluruh lapisan masyarakat dan perusahaan untuk bekerja sama dalam hal pembiayaan. Produk yang ditawarkan diantaranya:

1) Murabahah Investasi

Murabahah Investasi digunakan untuk para pengusaha dalam ekspansi perusahaan dan pengadaan kebutuhan alat-alat baik dari aspek pertanian, perdagangan, perikanan maupun transportasi.

2) Murabahah Konsumsi

Murabahah Konsumsi adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dalam kehidupannya seperti kendaraan, merenovasi rumah, laptop dan sebagainya.

3) Murabahah KPR iB Griya

Murabahah KPR iB Griya ini merupakan pembiayaan yang digunakan oleh debitur yang ingin membeli rumah baru dengan memohon pembiayaan kepada pihak bank untuk pembayaran di muka oleh bank yang bersangkutan. Kemudian debitur yang akan mencicil kepada pihak bank.

4) Pembiayaan Mikro iB Sumut Sejahtera-II

Pembiayaan Mikro iB Sumut Sejahtera-II merupakan produk pembiayaan dari Bank Sumut Cabang Syariah yang menggunakan akad murabahah sebagai *agent of development* yang berkewajiban ikut terlibat secara aktif dalam mengembangkan usaha mikro yang melayani segmen pembiayaan mikro dalam skala Rp.5jt-Rp.50jt.

5) Murabahah Multi Guna

Murabahah Multi Guna merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serba guna yang dibutuhkan oleh debitur dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup.

6) Pembiayaan iB Modal Kerja

Pembiayaan iB Modal Kerja di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan akad *mudharabah* dan *musyarokah*. Pembiayaan mudharabah modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul-maal*) kepada pengelola dana (*mudarib*) untuk melaksanakan kegiatan usaha tertentu dengan pembagian keuntungan (*bagi hasil*)

dengan menggunakan metode bagi pendapatan antara kedua belah pihak berdasarkan *nisbah* yang telah disepakati.

Pembiayaan *musyarokah* modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik dana (modal) untuk mencampurkan dana (modal) mereka pada suatu usaha tertentu. Dengan pembagian keuntungan berdasarkan *nisbah* yang telah disepakati sebelumnya.

7) Gadai Emas

Gadai Emas merupakan pembiayaan yang bisa digunakan bilamana debitur yang memohon mempunyai emas untuk digadaikan. Dimana jumlah uang yang dapat dipinjam sesuai dengan berat dan harga emas tersebut.

c. Produk Jasa (Layanan)

Produk jasa yang ditawarkan oleh Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan lumayan memadai tidak kalah dengan produk jasa bank lain. Diantaranya sebagai berikut:

- 1) Sistem Kliring Bank Indonesia
- 2) Bank Garansi
- 3) Kafalah
- 4) Inkaso
- 5) BI-RTGS

4. Syarat-syarat Pembiayaan KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

a. Ketentuan Pembiayaan

- 1) Jenis pembiayaan dengan akad *murabahah*

2) Persyaratan pemohon pembiayaan

a) Warga Negara Indonesia (WNI)

Umur minimal 21 tahun dan maksimal 55 tahun (Untuk PNS Non Guru), 60 tahun (Untuk PNS Guru/Wiraswasta/Profesional), dan 65 tahun (Untuk PNS Dosen).

b) Memiliki pekerjaan dan penghasilan tetap

c) Melengkapi dan menyerahkan dokumen yang dipersyaratkan berupa:

- Fotocopy KTP pemohon (Suami dan Istri)
- Fotocopy kartu keluarga
- Fotocopy akta nikah/akta cerai/ akta pisah harta (jika ada)
- Slip gaji terakhir dan surat keterangan kerja
- Fotocopy tabungan/rekening koran 3 bulan terakhir
- Fotocopy NPWP pribadi
- Fotocopy SIUP, surat tanda daftar perusahaan, surat keterangan domisili.
- Fotocopy SK pengangkatan
- Pasfoto pemohon (suami dan istri)
- Fotocopy dokumen kepemilikan rumah

b. Ketentuan Pelaksanaan

Adapun ketentuan pelaksanaan pembiayaan KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan sebagai berikut:

- 1) Pemohon mengisi formulir permohonan (Form-1).
- 2) Melengkapi berkas permohonan.

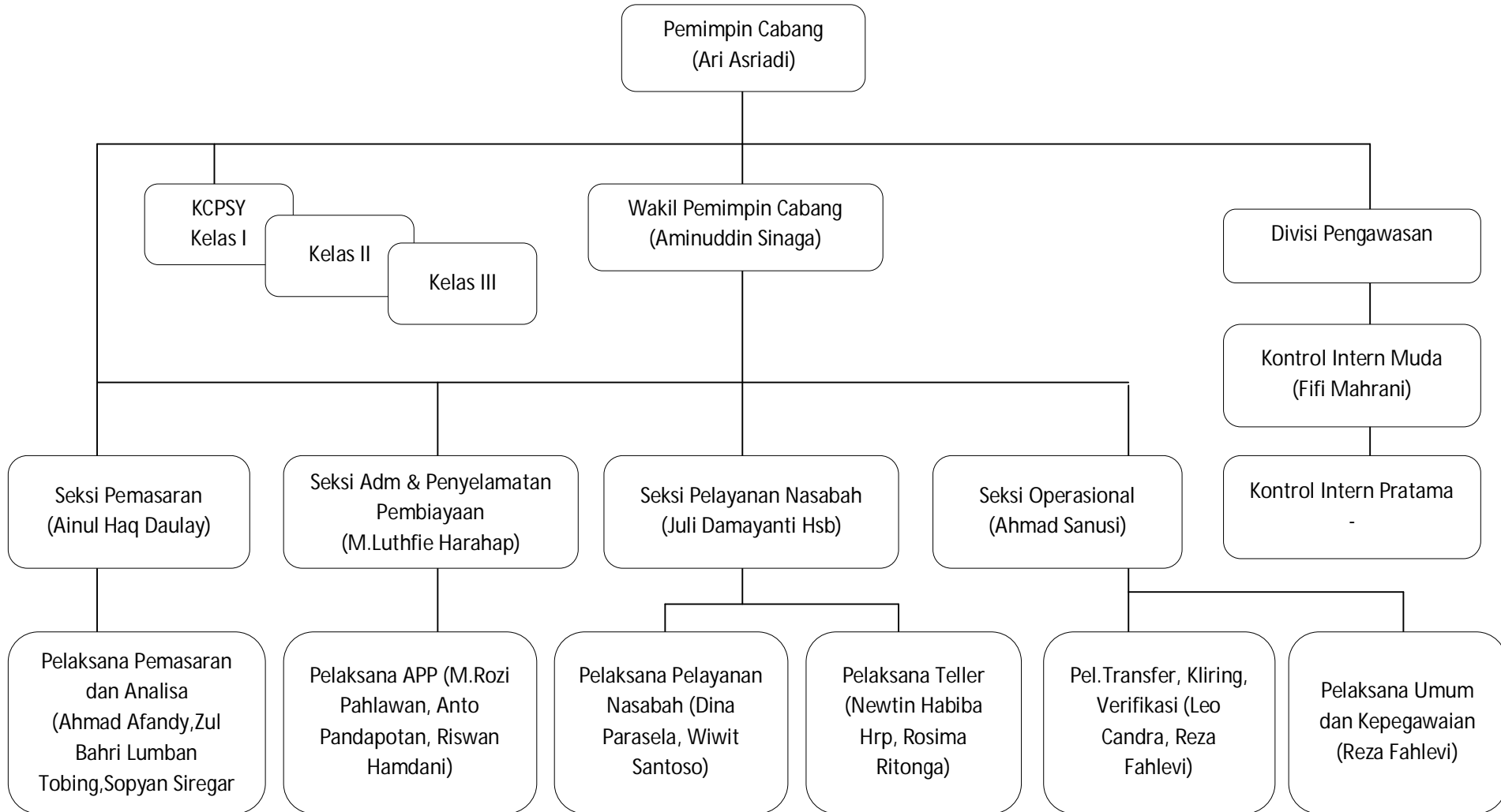
- 3) Survey dan analisa permohonan KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah (Form-2).
- 4) Menunggu persetujuan permohonan KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan (Form-3).
- 5) Menunggu surat penolakan permohonan jika tidak disetujui.
- 6) Mempersiapkan akad pembiayaan KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan (Form-4).
- 7) Pelaksanaan transaksi, perjanjian, dan perikatan notarial akta.
- 8) Realisasi pembiayaan.
- 9) Pencairan dana KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

5. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, juga sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Manajemen Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan melakukan restruksi organisasi lebih fokus dan efisiensi, hal ini di lakukan dengan menyatukan beberapa unit kerja yang memiliki karakteristik yang sama dalam satu direktorat.

Adapun struktur organisasi pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpun berdasarkan SK No: 133/Dir/DPr-Pj/SK/14 tanggal: 24 Juli 2014 yaitu :

**GAMBAR 4.1 STRUKTUR ORGANISASI
BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**



B. Analisis Strategi Pemasaran Produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

1. Perencanaan dan Perumusan Strategi Pemasaran Produk KPR iB Griya Bank Sumsut Cabang Syariah Padangsidempuan

Perencanaan strategi adalah proses pembuatan dan pemeliharaan suatu strategi yang menyesuaikan antara tujuan organisasi, kemampuan dan kesempatan pemasaran yang berubah. Ini bergantung pembuatan misi perubahan yang jelas, tujuan yang mendukung, portofolio bisnis yang sehat dan strategi fungsional yang terkoordinasi dengan baik. Perencanaan strategi terdiri atas perumusan yang jelas misi perusahaan, penetapan tujuan perusahaan, perancangan portofolio yang sehat, dan mengkoordinasikan strategi fungsional.¹ Untuk mengetahui sejauh mana strategi pemasaran produk KPR iB Griya yang dilakukan Bank Sumut Cabang Syariah Kota Padangsidempuan berdasarkan analisis SWOT dapat dilihat pada pembahasan berikut ini.

a. Analisis SWOT Produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).

¹ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2011), hlm. 283.

1) Matriks SWOT

Alat untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matrik ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dihadapi oleh perusahaan guna mencapai tujuan yang diharapkan. Pada analisis SWOT berikut ini diteliti berdasarkan analisa peneliti yang didukung dengan pernyataan langsung manajer pemasaran serta staf Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan berdasarkan dengan realita yang terjadi pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Tabel 4.2 Matrik SWOT Produk KPR iB Griya pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan

Internal Eksternal	(Strength)	(Weakness)
	<ol style="list-style-type: none"> Merupakan satu-satunya Bank yang didukung penuh Pemprov. Sumut di Padangsidimpuan. Persyaratan yang mudah dengan biaya administrasi hanya 1 %, proses cepat dan memperoleh asuransi jiwa dan kebakaran objek penjualan. Penawaran menarik dengan pembiayaan terendah dari Rp 40 Juta hingga pembiayaan tertinggi sampai Rp. 2,45 Milyar. Pelunasan dipercepat sebelum jatuh tempo mendapat diskon. 	<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya kerjasama dengan pihak-pihak pengembang/depelover . Sistem informasi masih manual. Uang muka 30% dari harga objek yang dibiayai. Kurangnya promosi.
(Opportunity)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> Kebutuhan masyarakat terhadap kepemilikan rumah/hunian terus meningkat. Teknologi komunikasi tanpa batas. 	<ol style="list-style-type: none"> Memenuhi permintaan pasar. Tetapkan harga bersaing dengan kualitas produk yang baik. Mempromosikan KPR iB Griya. Memenuhi target permintaan pasar. Manfaatkan promosi melalui sms dengan bekerja sama dengan perusahaan seluler. 	<ol style="list-style-type: none"> Memperbanyak kerjasama dengan pihak pengembang /depelover. Memperkecil besarnya uang muka. Optimalkan penggunaan teknologi informasi untuk pengolahan informasi dan promosi.
(Threat)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya dukungan dari Pemerintah Daerah Kota Padangsidimpuan. Adanya pesaing baru dengan penawaran lebih menarik. Masyarakat lebih memilih bank konvensional dibanding bank syariah. 	<ol style="list-style-type: none"> Inovasi dan pengembangan produk untuk menghadapi persaingan pasar. Bekerja sama dengan seluruh pemerintah kota/kabupaten se-Sumut untuk sosialisasi KPR iB Griya. Selalu dilakukan riset pasar secara berkala untuk mengukur langkah bank pesaing dan keinginan calon nasabah. 	<ol style="list-style-type: none"> Memaksimalkan posisi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan sebagai Bank Daerah dengan prinsip Syariah. Melakukan pendekatan atau promosi intensif dengan perusahaan developer nasabah bank konvensional untuk beralih ke Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dengan memberikan kemudahan-kemudahan dan fasilitas khusus.

2) Hasil Analisis SWOT terhadap Penetapan Strategi Pemasaran Produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Berdasarkan analisis SWOT digambarkan bahwa Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dapat memadukan strategi SO, WO, ST, dan WT. Dimana Bank Sumut Cabang Syariah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, akan lebih tepat jika Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a) Meningkatkan intensitas koordinasi dan sosialisasi kepada *stakeholders* untuk penambahan modal guna mendukung pengembangan usaha.
- b) Melakukan diversifikasi produk dan jasa dengan memperbaiki konten maupun kemasan serta meningkatkan kualitas dan variasi promosi usaha.
- c) Meningkatkan kerjasama pengembangan produk dan jasa sesama BPD serta berbagai pihak di luar perbankan.
- d) Peningkatan penghimpunan dana pihak ketiga dengan memperluas jaringan kantor, ATM dan fiturnya guna mempercepat proses pelayanan transaksi perbankan.
- e) Meningkatkan aliansi strategis dalam pemberian kredit sindikasi antar BPD dan Bank Umum Nasional.
- f) Penyaluran kredit tetap fokus pada segmen UMKM dengan memperluas pemasaran Kredit Peduli Usaha Mikro Sumut

Sejahtera replikasi Greemen Bank diseluruh wilayah kerja Perseroan disamping *core* bisnis yang telah dibiayai.

- g) Meningkatkan pemahaman dan aplikasi pendukung manajemen risiko/*risk culture* dan *good corporate governance* disetiap lini.
 - h) Peningkatan pelaksanaan mutu audit dilakukan melalui perencanaan kegiatan yang konsisten guna mendukung efektivitas pelaksanaan fungsi tugas dan tanggung jawab yang tertuang dalam internal audit charter.
 - i) Non Performing Finance (NPF) diproyeksikan tetap dibawah rasio 5 %. Supervisi dan penagihan atas kredit bermasalah akan terus ditingkatkan guna memperbaiki kualitas kredit yang secara langsung berdampak pada peningkatan CAR.
 - j) Penambahan jaringan unit kantor secara berkesinambungan terus diupayakan di kecamatan yang memiliki potensi di Sumatera Utara, sehingga pelayanan terhadap masyarakat dapat dioptimalkan. Demikian juga teknologi informasi yang dimiliki oleh Bank Sumut akan terus dikembangkan.
- b. Strategi Pemasaran KPR iB Griya Yang Tepat Berdasarkan Hasil Analisis SWOT.

Adapun strategi pemasaran yang tepat berdasarkan hasil analisis SWOT meliputi:

- 1) Perluasan Pasar (*Market Development*).
- 2) Pengembangan produk (*Product Development*).

- 3) Penentuan Target Pasar (*Targetting*).
- 4) Strategi korporat atau menjalin kerjasama.

Pemasaran melihat kebutuhan konsumen dan kemampuan perusahaan untuk memuaskannya. Kebanyakan perencanaan strategi perusahaan menangani variabel pemasaran pangsa pasar, pengembangan pasar, pertumbuhan dan kadang sulit membedakan antara perencanaan strategi dan perencanaan pemasaran. Pemasaran memainkan banyak peran kunci dalam perencanaan strategi. Pertama, pemasaran menyediakan filosofi pedoman konsep pemasaran yang mengharuskan perusahaan membeli pemecahan dalam memberi kepuasan kepada kelompok konsumen penting. Kedua, pemasaran menyediakan masukan berupa penunjukan peluang pasar menarik dan memberi jalan kepada pengambilan keuntungan dari padanya. Akhirnya unit individual memberi jalan untuk mencapai tujuan bisnis.

Rencana strategi membatasi misi umum dan tujuan perusahaan. Di dalam tiap unit usaha, pemasaran memainkan peran mewujudkan tujuan perusahaan. Seluruh proses pemasaran dan semua kekuatan mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan.

Ainul Haq Daulay salah satu karyawan divisi pemasaran Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan menyatakan pemasaran dari setiap produk itu berbeda. Misalnya produk tabungan dipasarkan melalui pemasangan iklan di radio, brosur. Lamanya waktu tersebut pada satu masa tidak dapat ditentukan. Tergantung target dan hasil yang diperoleh.

Menurut peneliti perencanaan dan perumusan produk-produk yang ditawarkan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sangat baik, bagus dan terstruktur, hal ini terlihat pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan selalu berpegang teguh dan berpacuan utama pada penerapan secara konsisten prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) yaitu: *Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness* dan prinsip kehati-hatian (*Prudential Principle*) dalam setiap aktivitas usaha dan program-program yang dijalani sehingga Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan benar-benar dikelola dengan baik dan professional.

2. Implementasi Pemasaran Produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Mengingat semakin meningkatnya persaingan didunia perbankan syariah, maka akan berdampak pada pendapatan atau omset bank syariah tersebut. Untuk itu suatu bank syariah dituntut memperluas *market shared*-nya agar tidak kalah dengan bank lain, dalam mengatasi hal ini maka pihak bank perlu menyusun strategi pemasaran yang efisien dan sesuai dengan kondisi pasar bank pada saat ini. Dengan menggunakan metode analisa SWOT diharapkan akan dapat meningkatkan omset dan pendapatan yang bersangkutan. Telah kita ketahui bahwa analisa SWOT itu dapat diimplementasikan dalam sistem pemasaran. Dalam rangka memenangkan persaingan antara bank dalam menjalankan bauran pemasarannya dapat dilakukan berbagai strategi.

Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan juga sangat memperhatikan peningkatan dan dukungan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. Seiring dengan semakin kompleksnya tuntutan nasabah, peningkatan kompetensi SDM menjadi prioritas utama. Berikut disajikan data jenjang pendidikan karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, yaitu:

Tabel 4.3 Keadaan Karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan Tahun 2015

No.	Jenjang Pendidikan	Wanita	Laki-laki	Jumlah
1	SMP	0	0	0
2	SMA	0	0	0
3	D-I	0	0	0
4	D-II	0	0	0
5	D-III	2	0	2
6	S-1	3	11	14
7	S-2	0	0	0
8	S-3	0	0	0
Jumlah		5	11	16

Dari data di atas diketahui 12,5 % karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan memiliki jenjang pendidikan D-III. Sedangkan 87,5 % lagi memiliki jenjang pendidikan terakhir Sarjana Strata-1 (S-1).

Sedangkan perencanaan dan perumusan strategi untuk memasarkan produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan meliputi:

- 1) Mengembangkan organisasi dan sumber daya manusia yang menangani perkreditan.
- 2) Melakukan sosialisasi atas ketentuan yang berlaku dan evaluasi secara berkala atas pelaksanaannya.

- 3) Mengembangkan program *marketing communication* untuk meningkatkan *customer base retail* melalui pemasaran produk dan jasa KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
- 4) Mengembangkan organisasi dan sumber daya manusia yang fokus pada pemasaran KPR iB Griya.
- 5) Mengadakan kerjasama dengan berbagai pihak pengembang perumahan.

Salah satu unsur *marketing mix* adalah produk (*product*). Adapun strategi produk Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah dengan melakukan pengembangan produk serta evaluasi dan perbaikan terhadap keberadaan produk yang sudah ada. Unsur *marketing mix* yang kedua yaitu harga (*price*). Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau alat ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa dengan dana yang murah. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya.

Oleh karena jasa perbankan syariah merupakan produk yang relatif baru, upaya sosialisasi dan edukasi terhadap nasabah dan masyarakat harus senantiasa diupayakan. Untuk mewujudkan upaya ini Bank Sumut Cabang Syariah telah melakukan komunikasi baik secara langsung/tatap muka maupun tidak langsung untuk menciptakan *Brand Awareness* pada masyarakat seperti menjalin kerja sama dengan organisasi-organisasi keagamaan, organisasi profesi maupun asosiasi. Selain melalui kegiatan

keagamaan, sosialisasi tentang produk-produk perbankan syariah ini juga menggunakan media komersial seperti media cetak, TV, radio dan lain-lain disamping promosi melalui brosur-brosur, spanduk, banner, baliho serta aktif berpartisipasi dalam mengikuti pameran-pameran dengan membuka stand.

Adapun konsep pemasaran Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan pada produk KPR iB Griya adalah lebih mengutamakan promosi dan sosialisasi dalam memasarkan produk KPR iB Griya serta menjalin kerjasama dengan berbagai pihak. Diantaranya dengan Griya Seroja Padangsidempuan, PT. Nurotin Karya (Gunung Tua), dan PT. RCM (Gunung Tua) dengan mengutamakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Selain itu, tidak ada segmentasi khusus yang diterapkan Bank Sumut Cabang Syariah dalam memasarkan produk KPR iB Griya tersebut. Yang menjadi sasaran utamanya adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan pengusaha (wiraswasta) yang dapat diverifikasi penghasilan tetapnya.

Berikut disajikan data jumlah debitur KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Pertumbuhan Nasabah KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Tahun	Jumlah Debitur
2009	5
2010	17
2011	31
2012	88
2013	133
2014	148

Berdasarkan data tersebut di atas, jumlah debitur KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Artinya sebagian besar masyarakat Kota Padangsidempuan sudah mulai lebih mengenal produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Namun jika data tersebut dibandingkan dengan data penduduk Kota Padangsidempuan yang berjumlah 223.701 orang, maka dapat diambil pemikiran bahwa perlu dilakukan strategi yang lebih intensif dalam memasarkan produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini maka sebaiknya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan melakukan strategi-strategi berikut ini:

1. Strategi SO
 - a. Memenuhi permintaan pasar.
 - b. Tetapkan harga bersaing dengan kualitas produk yang baik.
 - c. Mempromosikan KPR iB Griya.
 - d. Memenuhi target permintaan pasar.
 - e. Manfaatkan promosi melalui sms dengan bekerja sama dengan perusahaan seluler.
2. Strategi WO
 - a. Memperbanyak kerjasama dengan pihak pengembang /depeveloper.
 - b. Memperkecil besarnya uang muka.
 - c. Optimalkan penggunaan teknologi informasi untuk pengolahan informasi dan promosi.
3. Strategi ST
 - a. Inovasi dan pengembangan produk untuk menghadapi persaingan pasar.
 - b. Bekerja sama dengan seluruh pemerintah kota/kabupaten se-Sumut untuk sosialisasi KPR iB Griya.
 - c. Selalu dilakukan riset pasar secara berkala untuk mengukur langkah bank pesaing dan keinginan calon nasabah.
4. Strategi WT

- a. Memaksimalkan posisi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sebagai Bank Daerah dengan prinsip Syariah.
- b. Melakukan pendekatan atau promosi intensif dengan perusahaan developer nasabah bank konvensional untuk beralih ke Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dengan memberikan kemudahan-kemudahan dan fasilitas khusus.

B. Saran

Dari pembahasan diatas dapat diberikan saran antara lain:

1. Dari segi strategi pemasaran
 - a. Meningkatkan strategi pemasaran produk KPR iB Griya Bank Sumut Cabang Syariah salah satunya dengan memperbanyak hubungan kerja sama dengan perusahaan pengembang proyek-proyek perumahan.
 - b. Meningkatkan strategi promosi KPR iB Griya di media massa seperti radio dan baliho.
2. Dari segi implementasi
 - a. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan..
 - b. Meningkatkan kinerja karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarmam, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: PT. Syamil Cipta Media, 2005.
- Hasan, Ali M, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Ginting, Hartimbul, Nembah F, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Yrama Widya, 2011.
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2007.
- Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Mursid. M, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Nurdin, Ridwan, *Fiqh Muamalah (Sejarah, Hukum dan Perkembangannya)*, Banda Aceh: PeNa, 2010.
- Siagian, P, Sondang, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi Aksara, 1998.
- Strauss, Anselm, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sutanto, Herry, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- www.statistik.ptkpt.net
- Zulkifli, Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.


Lampiran 1

**JUMLAH PENDUDUK PER DESA KELURAHAN
KOTA PADANGSIDIMPUAN
SEMESTER II TAHUN 2014**

NAMA KECAMATAN	NAMA DESA_KELURAHAN	LK	PR	JLH_DUK
01-PADANGSIDIMPUAN UTARA	1001-WEK I	3.457	3.524	6.981
	1002-WEK II	1.866	1.915	3.781
	1003-WEK III	1.726	1.692	3.418
	1004-WEK IV	1.519	1.559	3.078
	1005-TANOBATO	2.042	2.100	4.142
	1006-TOBAT	1.241	1.294	2.535
	1007-BATANG AYUMI JAE	982	985	1.967
	1008-BATANG AYUMI JULU	2.183	2.167	4.350
	1009-SADABUAN	2.710	2.787	5.497
	1010-PANYANGGAR	2.446	2.469	4.915
	1011-BONAN DOLOK	1.191	1.163	2.354
	1012-LOSUNG BATU	3.038	3.059	6.097
	1013-TIMBANGAN	3.014	2.952	5.966
	1014-BINCAR	3.238	3.215	6.453
	1015-KANTIN	1.186	1.205	2.391
	1016-KAYU OMBUN	1.498	1.553	3.051
JUMLAH KECAMATAN		33.337	33.639	66.976
02-PADANGSIDIMPUAN SELATAN	1001-WEK V	4.443	4.497	8.940
	1002-WEK VI	3.900	3.747	7.647
	1003-LOSUNG	3.286	3.224	6.510
	1004-SITAMIANG	1.682	1.670	3.352
	1005-UJUNG PADANG	6.030	5.932	11.962
	1006-AEK TAMPANG	6.079	6.185	12.264
	1007-PADANG MATINGGI	2.672	2.662	5.334
	1008-SILANDIT	1.635	1.648	3.283
	1009-SIDANGKAL	2.139	2.123	4.262
	1010-HANOPAN	963	938	1.901
	1011-PADANG MATINGGI LESTARI	1.360	1.349	2.709
	1012-SITAMIANG BARU	2.816	2.782	5.598
JUMLAH KECAMATAN		37.005	36.757	73.762
03-PADANGSIDIMPUAN BATUNADUA	1001-BATUNADUA JAE	4.160	4.144	8.304
	1002-BATUNADUA JULU	1.125	1.120	2.245
	2003-PURWODADI	472	477	949
	2004-GUNUNG HASAHATAN	171	187	358
	2005-UJUNG GURAP	385	420	805
	2006-AEK TUHUL	694	695	1.389
	2007-BARUAS	304	339	643
	2008-SILOTING	370	392	762
	2009-AEK BAYUR	592	553	1.145
	2010-PUDUN JAE	1.911	1.859	3.770
	2011-PUDUN JULU	351	332	683
	2012-BATANG BAHAL	389	374	763
	2013-AEK NAJAJI	89	83	172
	2014-SIMIRIK	687	668	1.355
	2015-BARGOT TOPONG	556	511	1.067
JUMLAH KECAMATAN		12.256	12.154	24.410

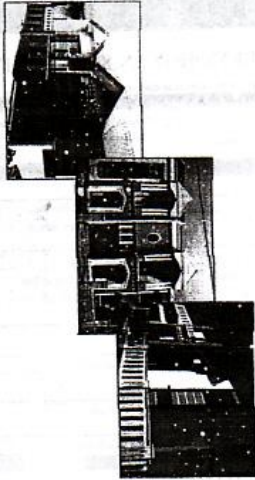
NAMA KECAMATAN	NAMA DESA_KELURAHAN	LK	PR	JLH_DUK
04-PADANGSIDIMPUAN HUTAIMBARU	1001-HUTAIMBARU	1.733	1.773	3.506
	1002-LUBUK RAYA	656	646	1.302
	1003-SABUNGAN JAE	1.025	1.077	2.102
	1004-LEMBAH LUBUK MANIK	1.025	1.062	2.087
	1005-PALOPAT MARIA	1.602	1.614	3.216
	2006-SABUNGAN SIPABANGUN	837	839	1.676
	2007-SINGALI	383	345	728
	2008-HUTA PADANG	805	778	1.583
	2009-PARTIHAMAN SAROHA	429	443	872
	2010-TINJOMAN LAMA	498	496	994
	JUMLAH KECAMATAN		8.994	9.074
05-PADANGSIDIMPUAN TENGGARA	1001-SIHITANG	2.334	2.382	4.716
	1002-PUOR KOLING	3.488	3.653	7.141
	2003-PALOPAT PK	1.680	1.626	3.306
	2004-SALAMBUE	1.442	1.399	2.841
	2005-PURBATUA PK	160	170	330
	2006-SIGULANG	510	502	1.012
	2007-MANUNGGANG JULU	692	714	1.406
	2008-GOTI	821	769	1.590
	2009-MANEGEN	555	595	1.150
	2010-HUTA KOJE	605	580	1.185
	2011-HUTA LIMBONG	174	199	373
	2012-HUTA PADANG	204	199	403
	2013-PERKEBUNAN PK	239	188	427
	2014-LABUHAN LABO	668	712	1.380
	2015-HUTA LOMBANG	386	363	749
	2016-MANUNGGANG JAE	1.123	1.128	2.251
	2017-LABUHAN RASOKI	1.167	1.047	2.214
	2018-TARUTUNG BARU	149	156	305
JUMLAH KECAMATAN		16.399	16.383	32.782
06-PADANGSIDIMPUAN ANGKOLA JULU	2001-JORING LOMBANG	439	429	868
	2002-BATU LAYAN	301	295	596
	2003-SIMASOM	416	412	828
	2004-PINTU LANGIT JAE	637	635	1.272
	2005-MOMPANG	554	526	1.080
	2006-RIMBA SOPING	707	691	1.398
	2007-SIMATOHIR	329	318	647
	2008-JORING NATOBANG	516	498	1.014
JUMLAH KECAMATAN		3.899	3.804	7.703
JUMLAH PENDUDUK KOTA		111.890	111.811	223.701

KEPALA DINAS
KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL
DAERAH KOTA PADANGSIDIMPUAN


FAKHRUDDIN SIREGAR, S.Sos, MPA
NIP. 19601120 198101 1 001



KPR IB Griya Bank Sumut Syariah



LEBIH PASTI *

KPR IB Griya Bank Sumut Syariah Fasilitas Pembiayaan untuk Kemudahan Memperoleh Hunian Idaman Sesuai dengan Kebutuhan Anda

KPR IB Griya Bank Sumut Syariah adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli rumah/ruko/rukan yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.

Keunggulan Produk :

1. Dapat digunakan untuk pembelian rumah/ ruko/ rukan yang sesuai dengan kebutuhan dan selera nasabah.
2. Angsuran tetap sesuai jangka waktu yang disepakati diawal akad.
3. Margin yang bersaing dan jangka waktu hingga hingga 15 tahun.
4. Persyaratan mudah dengan proses cepat serta memperoleh perlindungan asuransi jiwa dan kebakaran Objek Penjualan.

Dokumen

Dokumen	Kerjasama	Perseorangan	Perusahaan
Faskeski KPR Pembiayaan & Sertifikasi jika ada	•	•	•
Faskeski KPR Kelayakan	•	•	•
Faskeski Asas Risiko/ cara / hasil Hasil jika ada	•	•	•
Faskeski Surat WA & Surat Nama jika ada atau Akta Tanah	•	•	•
Surat hasil surat WA dan Notaris	•	•	•
SPP Gaji / Penghasilan / Surat Keterangan Kerja Asli	•	•	•
Faskeski / Laporan Keuangan / Kena / Sblm / Terakhir	•	•	•
Faskeski NPWP / Pribadi *	•	•	•
Faskeski SPP / Tunai / Hasil / Revisi / Surat Keterangan / Bawahi / jika ada / Pembelian / Sumbahan / Laporan / Keuangan / pribadi / Faskeski / Surat / jml / TUNAI / SK / Penghasilan / dan / lainnya / ke / lain / Fis / Law / Kewajiban / dan / Surat / Tunai / jika / ada /	•	•	•

* Untuk Kerjasama dapat diganti dengan SPT PPh-21

Anatomi Produk

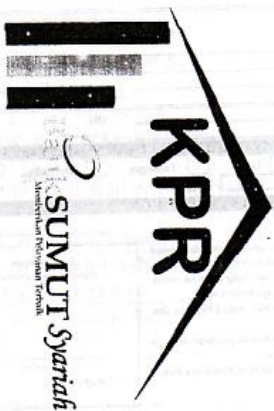
Sesuai Pembiayaan IB Griya Bank Sumut Syariah adalah pembiayaan kepada sektor Perumahan yang masih potensial bagi Warga Negara Indonesia (WNI) yang terdiri dari :

1. Pegawai Akhir :
 - a. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
 - b. Pegawai BUMN/BUKAN/BUKUMID
 - c. Pegawai Perusahaan Multi Nasional (PMN)
 - d. Pegawai Perusahaan Dalam Negeri.
 - e. Pegawai Perusahaan Swasta Asing

* Angsuran tetap
hingga lunas

* Pelunasan dipercepat
sebelum jatuh waktu
mendapat Diskon

* Tanpa biaya Appraisal



Sejera Manfaatkan Pembiayaan KPR IB Bank Sumut
dengan Segala Kemudahan dan Keunggulannya.....

SUMUT	BUKU PEDOMAN PEMBIAYAAN	Halaman 3 dari 17
	TENTANG	Lampiran Surat Keputusan Direksi
	PEMBIAYAAN KPR IB GRIYA BANK SUMUT UNIT USAHA SYARIAH	No. 650 Dir DUS- PDJs SK/2013 Tgl. 30 Oktober 2013

- y. **Rumah Tapak Siap Huni** adalah rumah yang telah selesai pembangunan fisiknya dan telah tersedia sarana serta prasarana rumah seperti listrik, air minum, saluran pembuangan, parit serta jalan.

KETENTUAN PEMBIAYAAN

1. Jenis Pembiayaan

Pembiayaan dengan Akad Murabahah

2. Persyaratan Pemohon Pembiayaan

a. Warga Negara Indonesia.

- Umur Minimal 21 (dua puluh satu) tahun;
- Umur Maksimal pada saat masa pembiayaan berakhir :
 - 55 (lima puluh lima) tahun untuk pegawai dan PNS Non Guru.
 - 60 (enam puluh) untuk PNS Guru/wiraswasta/profesional.
 - 65 (enam puluh lima) untuk PNS Dosen.

b. Memiliki pekerjaan dan penghasilan tetap :

i. Pegawai :


- Status pegawai tetap;
- Masa kerja minimal 1 tahun;

ii. Wiraswasta / Profesional :

- Bagi wiraswasta, memiliki usaha yang telah berjalan minimal selama 3 tahun ;
- Bagi profesional, telah menjalani profesinya minimal selama 3 tahun;
- Memiliki penghasilan yang dapat diverifikasi.

c. Melengkapi dan menyerahkan dokumen yang dipersyaratkan, yaitu :

No.	Jenis Dokumen	Pegawai	Wiraswasta	Profesi
1.	Fotokopi KTP pemohon & suami/isteri	✓	✓	✓
2.	Fotokopi Kartu Keluarga	✓	✓	✓
3.	Fotokopi Akta Nikah/Cerai/Pisah (bagi yang telah menikah/cerai)	✓	✓	✓
4.	Fotokopi Surat WNI & Ganti Nama (jika ada) atau Akta Lahir Suami/Istri (untuk WNI non pribumi)	✓	✓	✓
5.	Slip Gaji Terakhir Asli/ Surat Keterangan Kerja Asli	✓	✓	✓
6.	Fotokopi Tabungan/ Rekening Koran 3 Bulan Terakhir	✓	✓	✓

	BUKU PEDOMAN PEMBIAYAAN	Halaman 4 dari 17
	TENTANG	Lampiran Surat Keputusan Direksi
	PEMBIAYAAN KPR IB GRIYA BANK SUMUT UNIT USAHA SYARIAH	No. 650/Dir.DU.Sy-PD/JS.SK.2013 Tgl. 30 Oktober 2013


7.	Fotokopi NPWP Pribadi *)	✓	✓	✓
8.	Fotokopi SIUP, Tanda Daftar Perusahaan, Akta Pendirian Perusahaan, atau Surat Keterangan Tempat Usaha, Laporan Keuangan Terakhir.	-	✓	-
9.	Fotokopi Surat Ijin Praktek/ SK Pengangkatan dari Instansi Terkait	-	-	✓
10.	Surat pernyataan yang berisikan keterangan mengenai fasilitas KPP/KPP iB dan /atau KKBP/KKBP iB yang sudah diterima maupun yang sedang dalam proses pengajuan permohonan di Bank yang sama maupun Bank lain	✓	✓	✓
11.	Pas Foto Pemohon Suami/Istri	✓	✓	✓
12.	Foto copy dokumen kepemilikan rumah <ul style="list-style-type: none"> ▪ SHM/SHGB ▪ IMB dan PBB Terakhir ▪ Surat Pemesanan Pembelian/SPP (untuk pembelian dari developer yang telah bekerjasama dengan Bank Sumut Unit Usaha Syariah) 			

*) Untuk karyawan dapat diganti dengan SPR PPh 21.

3. Besar Financial to Value (FTV) Pembiayaan

a. Maksimal FTV pembiayaan yang dapat diberikan adalah :

- 1) Fasilitas Pembiayaan pertama :
 - sebesar 70% (tujuh puluh persen) dari nilai agunan, untuk KPR iB dengan luas bangunan diatas 70m²
 - sebesar 80% (tujuh puluh persen) dari nilai agunan, untuk KPR iB dengan luas bangunan dari 22 m² sampai dengan 70 m²
- 2) Fasilitas Pembiayaan kedua :
 - sebesar 60% (tujuh puluh persen) dari nilai agunan, untuk KPR iB dengan luas bangunan diatas 70 m²
 - sebesar 70% (tujuh puluh persen) dari nilai agunan, untuk KPR iB dengan luas bangunan dari 22 m² sampai dengan 70 m²
- 3) Fasilitas Pembiayaan ketiga dan seterusnya:
 - sebesar 50% (tujuh puluh persen) dari nilai agunan, untuk KPR iB dengan luas bangunan diatas 70 m²

	BUKU PEDOMAN PEMBIAYAAN	Halaman 7 dari 17
	TENTANG	Lampiran Surat Keputusan Direksi
	PEMBIAYAAN KPR IB GRIYA BANK SUMUT UNIT USAHA SYARIAH	No. : 650 /Dir/DUSy-PDJs/SK/2013 Tgl. : 30 Oktober 2013

8. Jangka Waktu Pembiayaan

- a. Maksimal 15 (lima belas) tahun atau 180 (seratus delapan puluh) bulan.
- b. Untuk pemohon yang berstatus pegawai dengan penghasilan tetap, agar diperhitungkan sisa masa kerja sebelum pensiun. Sedangkan untuk wiraswasta/profesional agar diperhitungkan persyaratan batas maksimum umur pada saat berakhirnya jangka waktu pengembalian pembiayaan.

9. Urbun/Uang Muka

a. Besar Urbun/Uang Muka


Keterangan	Luas Bangunan	FTV%	Minimal % Urbun/Uang Muka
Fasilitas Pembiayaan Pertama	- Untuk luas bangunan diatas 70 m2	70%	- 30% dari harga objek yang dibiayai
	- Untuk luas bangunan 22 M2 s/d. 70 M2	80%	- 20% dari harga objek yang dibiayai
Fasilitas Pembiayaan Kedua	- Untuk luas bangunan diatas 70 m2	60%	- 40% dari harga objek yang dibiayai
	- Untuk luas bangunan 22 M2 s/d. 70 M2	70%	- 30% dari harga objek yang dibiayai
Fasilitas Pembiayaan Ketiga dan seterusnya	- Untuk luas bangunan diatas 70 m2	50%	- 50% dari harga objek yang dibiayai
	- Untuk luas bangunan 22 M2 s/d. 70 M2	60%	- 40% dari harga objek yang dibiayai

- b. Urbun/Uang Muka tersebut harus disetorkan ke Rekening Tabungan pemohon di unit operasional pemberi pembiayaan.

C. KETENTUAN PELAKSANAAN

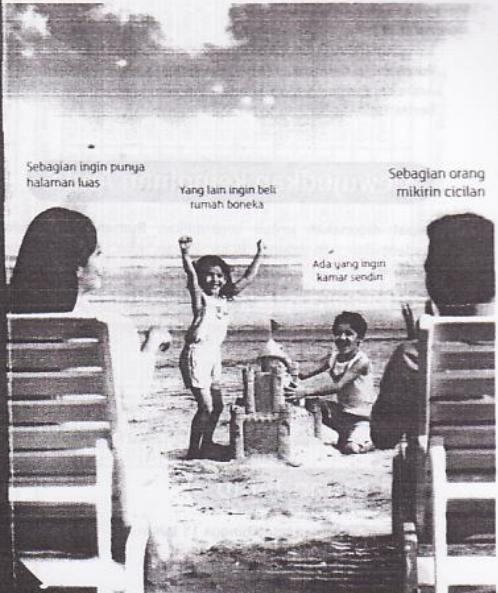
1. Prosedur Pemberian Pembiayaan

- a. Pemohon harus mengisi Formulir Permohonan KPR iB GriyaBank Sumut Unit Usaha Syariah (*Form 1*) secara lengkap berikut melampirkan dokumen yang dipersyaratkan dan menyerahkannya kepada unit operasional.
- b. Unit operasional meneliti kelengkapan pengisian data Formulir Permohonan KPR iB Griya Bank Sumut Unit Usaha Syariah berikut keaslian dari copy dokumen yang dipersyaratkan, selanjutnya melakukan wawancara, survey dan verifikasi.

	BUKU PEDOMAN PEMBIAYAAN	Halaman 8 dari 17
	TENTANG	Lampiran Surat Keputusan Direksi
	PEMBIAYAAN KPR iB GRIYA BANK SUMUT UNIT USAHA SYARIAH	No : 650 Dir.DU5y-PDJs SK 2013 Tgl : 30 Oktober 2013

- c. Berdasarkan hasil wawancara, survey dan verifikasi yang telah dilakukan, Unit operasional Unit operasional mempersiapkan Analisa Permohonan KPR iB Griya Bank Sumut Unit Usaha Syariah (*Form 2*) secara individu.
- d. Jika permohonan dinilai layak untuk disetujui, maka Unit operasional dapat menerbitkan Surat Pemberitahuan Persetujuan Prinsip Pembiayaan/SP4 (*Form 3*) dan mewajibkan pemohon untuk membuka Tabungan iB Martabe/ iB Martabe Bagi Hasil atas nama pemohon sebagai penampung biaya-biaya yang timbul, pencairan pembiayaan, setoran angsuran pembiayaan, dll.
- e. Jika permohonan pembiayaan dinilai tidak layak/tidak memenuhi persyaratan, maka Unit operasional harus segera (maksimal 2 minggu dari tanggal agenda surat masuk dan berkas lengkap) menyampaikan surat pemberitahuan penolakan pembiayaan kepada pemohon.
- f. Mempersiapkan Akad Pembiayaan KPR iB Griya Bank Sumut Unit Usaha Syariah (*Form 4*), Notarial Akta Jual Beli, Pengikatan Agunan, dll.
- g. Pelaksanaan transaksi, perjanjian dan perikatan secara Notarial Akta, harus melalui Notaris dan PPAT yang ditunjuk oleh Unit Operasional.
- h. Realisasi pembiayaan dapat dilaksanakan setelah :
 - 1) Nasabah telah menandatangani dan mengembalikan SP4
 - 2) Nasabah bersama isteri/suami telah menandatangani Akad Pembiayaan KPR iB Griya Bank Sumut Unit Usaha Syariah di atas meterai sesuai ketentuan yang berlaku.
 - 3) Nasabah dan Pengembang telah menandatangani Notarial Akte Jual Beli atau sejenisnya atas Tanah dan Bangunan Rumah Tapak yang dibiayai dengan KPR iB Griya Bank Sumut Unit Usaha Syariah.
 - 4) Nasabah bersama isteri/suami telah menandatangani Notarial Akta Pengikatan Agunan.
 - 5) Telah diterima *Cover Note* dari Notaris dan PPAT yang menyatakan bahwa Nasabah bersama istri/suami dan Pengembang atau pihak-pihak terkait lainnya telah menandatangani seluruh Notarial Akta sehubungan dengan pemberian fasilitas KPR iB Griya Bank Sumut Unit Usaha Syariah dan apabila telah selesai akan menyerahkannya bersama asli sertifikat agunan pembiayaan kepada Unit operasional.
 - 6) Telah dilakukan penutupan asuransi kebakaran atas agunan pembiayaan berupa Bangunan dan asuransi jiwa nasabah dengan persyaratan *Banker's Clause*.
- i. Pencairan dana KPR iB Griya Bank Sumut Unit Usaha Syariah untuk Rumah Tapak siap huni, dilaksanakan dengan pemindahan ke rekening Tabungan atas nama nasabah untuk selanjutnya dipindahkan ke rekening Pengembang/ Bukan Pengembang.

KPR Muamalat iB
Semua orang bisa tenang punya rumah
dengan DP minimal 10% dan cicilan tetap
hingga 15 tahun bersama KPR Muamalat iB



Sebagian ingin punya halaman luas

Yang lain ingin beli rumah boneka

Sebagian orang mikirin cicilan

Ada yang ingin kamar sendiri

Bank Muamalat

Inti lengkap hubungi
Sala Muamalat 500016
www.muamalatbank.com

Bank Muamalat

properti impian?

Tak ada lagi alasan untuk menunda memiliki properti impian Anda, baik itu rumah, apartemen, atau gedung kantor sendiri. Manfaatkan cara terbaik untuk mewujudkannya bersama KPR Muamalat IB.

KPR Muamalat IB merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan hunian sesuai dengan prinsip syariah. Tak hanya memberikan Anda beragam keuntungan tapi juga ketenangan hati dalam bertransaksi.

Mewujudkan keinginan Anda

Dapat digunakan untuk kepemilikan Rumah, Apartemen (Indent dan non-indent), Ruko, Rukan, Kios, Alih KPR, dan Renovasi.

Bank Muamalat juga bekerja sama dengan sejumlah developer untuk memastikan kemudahan proses kepemilikan properti Anda.

Ringan

Nikmati uang muka seringan: 10% dari total harga properti.

Angsuran Tetap

Dapatkan angsuran tetap hingga 15 tahun.

Persyaratan Mudah

Melayani siapapun Anda, baik pegawai maupun wiraswasta, untuk memiliki properti impian.

Proses Cepat

Kepastian pembiayaan dengan jangka waktu yang relatif cepat.

Fleksibel

Anda dapat mempercepat pelunasan tanpa dikenakan denda.

		Profesional	
1.	Form aplikasi asli yang telah diisi dengan lengkap dan benar	•	•
2.	Fotokopi KTP calon nasabah dan suami atau istri	•	•
3.	Fotokopi Kartu Keluarga	•	•
4.	Fotokopi Surat Nikah	•	•
5.	Fotokopi sertifikat tanah objek bangunan	•	•
6.	IMB/PPMB/Ijin Pendahuluan Mendirikan Bangunan/Surat Ijin sejenis dari instansi setempat yang berwenang	•	•
7.	PBB tahun terakhir (untuk rumah tangan kedua)	•	•
8.	Fotokopi Rekening Tabungan/Giro/Rekening Pribadi 3 bulan terakhir	•	•
9.	Laporan Keuangan Perusahaan	•	•
10.	Slip gaji asli terakhir dan/atau surat keterangan penghasilan	•	•
11.	PBB tahun terakhir (untuk rumah tangan kedua)	•	•
12.	Fotokopi Akte Pendirian Perusahaan beserta perubahan dan ijin-ijin usaha: TDP dan SIUP	•	•
13.	Fotokopi NPWP Pribadi/SPT Pribadi	•	•

PT. Bank Muamalat Indonesia

Ritel SME : Investasi / Modal Kerja

PLAFOND	JANGKA WAKTU (Tahun)				
	1	2	3	4	5
100,000,000	9,049,440	4,896,310	3,540,440	2,859,700	2,485,260
150,000,000	13,574,160	7,344,470	5,310,660	4,289,550	3,727,890
200,000,000	18,098,880	9,792,620	7,080,880	5,719,400	4,970,520
250,000,000	22,623,600	12,240,780	8,851,100	7,149,250	6,213,140
300,000,000	27,148,320	14,698,930	10,621,310	8,579,100	7,455,770
350,000,000	31,673,040	17,147,090	12,391,530	10,008,950	8,698,400
400,000,000	36,197,770	19,595,240	14,161,750	11,438,800	9,941,030
450,000,000	40,722,490	22,043,400	15,921,970	12,868,650	11,183,660
500,000,000	45,247,210	24,491,560	17,702,190	14,298,500	12,426,290
550,000,000	49,771,930	26,939,710	19,472,410	15,728,350	13,688,920
600,000,000	54,296,650	29,387,870	21,242,630	17,158,210	14,941,550
650,000,000	58,821,370	31,836,020	23,012,850	18,588,060	16,194,170
700,000,000	63,346,090	34,284,180	24,783,070	20,017,910	17,446,800
750,000,000	67,870,810	36,732,330	26,553,290	21,447,760	18,699,430
800,000,000	72,395,530	39,180,490	28,323,510	22,877,610	19,952,060
900,000,000	81,444,970	44,066,800	31,863,940	25,737,310	22,367,320
1,000,000,000	90,494,420	48,963,110	35,404,380	28,597,010	24,832,580

Consumer : KPR Pembelian Rumah

PLAFOND	JANGKA WAKTU (Tahun)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
100,000,000	8,908,290	4,730,730	3,345,380	2,658,000	2,249,790	2,007,410	1,819,200	1,680,730	1,575,360	1,493,110
150,000,000	13,362,430	7,096,100	5,018,040	3,987,000	3,374,690	3,011,120	2,728,790	2,521,040	2,363,040	2,239,660
200,000,000	17,816,570	9,461,460	6,690,720	5,196,000	4,499,590	4,014,820	3,698,300	3,361,490	3,150,720	2,986,210
250,000,000	22,270,720	11,826,930	8,363,410	6,645,000	5,624,480	5,018,530	4,547,990	4,201,810	3,938,400	3,732,770
300,000,000	26,724,860	14,192,190	10,036,090	7,974,000	6,749,380	6,022,230	5,467,590	5,042,180	4,726,080	4,479,320
350,000,000	31,179,000	16,557,560	11,708,770	9,303,000	7,874,280	7,025,940	6,367,190	5,882,540	5,513,760	5,225,880
400,000,000	35,633,150	18,922,920	13,381,450	10,632,000	8,999,180	8,029,640	7,276,790	6,722,900	6,301,440	5,972,430
450,000,000	40,087,290	21,288,290	15,054,130	11,961,000	10,124,070	9,033,350	8,186,380	7,563,260	7,089,110	6,718,980
500,000,000	44,541,430	23,653,650	16,726,810	13,290,000	11,248,970	10,037,050	9,095,980	8,403,690	7,876,790	7,466,540
550,000,000	48,995,570	26,019,020	18,399,490	14,619,000	12,373,870	11,040,760	10,005,580	9,243,990	8,664,470	8,212,090
600,000,000	53,449,720	28,384,380	20,072,180	15,948,000	13,498,760	12,044,460	10,915,180	10,084,350	9,452,150	8,958,640
650,000,000	57,903,860	30,749,750	21,744,860	17,277,000	14,623,560	13,048,170	11,824,780	10,924,720	10,239,830	9,706,200
700,000,000	62,358,000	33,115,120	23,417,540	18,606,000	15,748,560	14,051,870	12,734,370	11,765,080	11,027,510	10,451,750
800,000,000	71,266,290	37,845,850	26,762,900	21,264,000	17,998,350	16,059,280	14,553,570	13,445,800	12,602,870	11,944,860
900,000,000	80,174,580	42,576,580	30,108,260	23,972,000	20,248,140	18,066,690	16,372,770	15,126,530	14,178,230	13,437,970
1,000,000,000	89,082,860	47,301,310	33,453,530	26,590,000	22,497,940	20,074,110	18,191,960	16,807,260	15,753,590	14,931,070

Pertyaratan

- 1 Fotocopy KTP Nasabah dan suami/istri
- 2 Fotocopy Kartu keluarga (KK)
- 3 Fotocopy Surat Nikah
- 4 Fotocopy Sertipikat Obyek Agunan
- 5 Surat Keterangan Usaha / Fotocopy SIUP
- 6 NPWP
- 7 Bukti Catatan Transaksi Bisnis usaha 3 bulan terakhir
- 8 Asli Slip Gaji 3 Bulan Terakhir (pegawai)
- 9 Fotocopy Rekening Tabungan 3 Bulan terakhir
- *10 IMB
- *11 PBB tahun terakhir

0813814 TTS06 (Erwin)

No. hp

Lampiran 7

KANTOR PUSAT
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 4155100 - 4515100
Facsimile : (061) 4142937 - 4512652

No. : 1/bk/DSDM-PSDM/L/2015
Lamp. : --

Medan, 9 Maret 2015

Kepada :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang
di -

Tempat


Hal : Izin Riset

Sehubungan dengan Surat Saudara No. In.19/G/TL.00/151/2015 tanggal 18 Februari 2015 hal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan izin riset atas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, dengan data dibawah ini :
 - > Nama : Samsul Borkat Sormin
 - > NIM : 11.220.0032
 - > Jurusan : Perbankan Syariah
 - > Judul Skripsi : "Strategi Pemasaran Produk IB KPR pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan"
2. Selama melaksanakan riset mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Cabang Syariah Padangsidempuan serta menjaga rahasia bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut di lingkungannya.
3. Selesai penulisan Skripsi mahasiswa bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank Sumut Cq. Divisi Sumber Daya Manusia.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Divisi Sumber Daya Manusia
Pemimpin


Agung Santoso
NPP. 518.060162.011290

Tembusan :

- Pemimpin Cabang Syariah Padangsidempuan
- Sdr. Samsul Borkat Sormin.

SURAT KETERANGAN PENGAMBILAN DATA

No. 232/Ops/L/2015

Yang bertanda tangan di bawah ini :

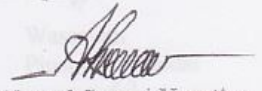
Nama : Ahmad Sanusi Nasution
NPP : 2041.110284.010610
Jabatan : Pinsi Operasional

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Samsul Borkat Sormin
NIM : 11 220 0032
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk KPR iB Griya Pada Bank Sumut
Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Telah selesai mengambil data penelitian di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah PSP
Demikian disampaikan, agar dapat digunakan seperlunya.

Padangsidimpuan, 06 Mei 2015
Pinsi Operasional


Ahmad Sanusi Nasution
NPP. 2041.110284.010610

Ahmad Sanusi Nasution
NPP. 2041.110284.010610

MEMO

Kepada Yth. : Sdr. Pemimpin Seksi Pemasaran
Dari : Pemimpin Seksi Operasional
Nomor : 001 /Ops/Memo/2015
Tanggal : 07 April 2015
Hal : Informasi Data Wawancara KPR iB Griya

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Sehubungan dengan Surat Divisi Sumberdaya Manusia No 166/DSDM-PSDM/L/2015 tanggal 9 Maret 2015 dan diposisi Pls. Pemimpin Cabang PT. Bank SUMUT KCSy Padangsidempuan tanggal 9 Maret 2015 Perihal Izin Riset mahasiswa an.:

Nama : Samsul Borkat Sormin
NIM : 11.220.0032
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk iB KPR pada PT. Bank SUMUT
Cabang Syariah Padangsidempuan

Mohon kiranya saudara dapat membantu memberikan data wawancara terkait judul skripsi tersebut kepada yang bersangkutan, dengan tetap menjaga rahasia bank.

Demikian kami sampaikan, atas penerimaan saudara kami ucapkan terimakasih

Wassalam
Pinsi Operasional



Ahmad Sausi Nasution
NPP.2041.110284.010610

SUMUT
Perbankan Syariah TerbaikPERTANYAAN WAWANCARA BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDEMPUN**MEMO**

Nama

Juli Damayanti

Bapak

Pls. Wakil Pemimpin Cabang

Kepada Yth, : Ibu Pls. Wakil Pemimpin Cabang

Dari : Pemimpin Seksi Operasional

Nomor : 002 /Ops/Memo/2015

Tanggal : 07 April 2015

Hal : Informasi Data Wawancara KPR iB Griya Cabang Syariah

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Sehubungan dengan Surat Divisi Sumberdaya Manusia No 166/DSDM-PSDM/L/2015 tanggal 9 Maret 2015 dan diposisi Pls. Pemimpin Cabang PT. Bank SUMUT KCSy Padangsidempun tanggal 9 Maret 2015 Perihal Izin Riset mahasiswa an.:

Nama : Samsul Borkat Sormin
NIM : 11.220.0032
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk iB KPR pada PT. Bank SUMUT
Cabang Syariah Padangsidempun

Mohon kiranya saudara dapat membantu memberikan data wawancara terkait judul skripsi tersebut kepada yang bersangkutan, dengan tetap menjaga rahasia bank.

Demikian kami sampaikan, atas penerimaan saudara kami ucapkan terimakasih

Wassalam
Pinsi Operasional



Ahmad Sanusi Nasution
NPP.2041.110284.010610

**PERTANYAAN WAWANCARA BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

Nama : Juli Damayanti Hasibuan
Bagian : PLS Wakil Pemimpin Cabang
Waktu : 16.41 Wib/ 13 April 2015

1. Bagaimana sejarah berdirinya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?

Jawab : Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akta Notaris Rusli Nomor 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha perseroan terbatas diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai dengan Perda Tk.I Sumatera Utara No. 5/1965 dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk. I dan Pemda Tk.II Sumatera Utara dan sampai dengan sekarang dikenal dengan nama Bank Sumut. Bank Sumut membuka unit usaha syariah pada tanggal 04 November 2004 dengan dua kantor cabang syariah, yaitu kantor cabang syariah Medan dan kantor cabang syariah padangsidimpuan.

2. Ketika didirikan pertama kali dengan siapa saja Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan bekerja sama?

Jawab : Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan merupakan anak cabang dari Bank Sumut Pusat yang ada di Provinsi.

3. Bagaimana perkembangan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dari pertama didirikan sampai dengan sekarang?

Jawab : Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan mengalami perkembangan yang cukup baik sejak awal didirikan hingga sekarang. Baik dari segi pelayanan dan jumlah nasabahnya.

4. Apakah visi Bank Sumut Padangsidempuan?

Jawab : Adapun visi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

5. Apakah misi Bank Sumut Padangsidempuan?

Jawab : Adapun misi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance.

6. Apakah usaha yang dilakukan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam mewujudkan visi dan misinya?

Jawab : Adapun usaha yang dilakukan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan diantaranya adalah dengan mengadakan pendidikan dan latihan terhadap karyawannya. Untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawan dan mutu pelayanan terhadap nasabah.

7. Adakah kendala yang dihadapi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam mewujudkan visi dan misinya?

Jawab : Yang pastinya tidak setiap keberhasilan dapat dicapai dengan mudah. Tentunya ada kendala yang dihadapi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam mewujudkan visi-misinya mengingat adanya

persaingan yang pasti dengan bank-bank syariah yang ada di Padangsidempuan. Diantaranya: SDM syariah masih kurang, masyarakat belum mengerti syariah, kurangnya dukungan pemerintah daerah terhadap keberadaan bank syariah.

8. Nilai-nilai apa sajakah yang ditanamkan pada karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Adapun nilai-nilai yang ditanamkan pada karyawan/karyawati Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan disingkat dalam sebuah kata “TERBAIK” sebagai berikut:

Nilai-Nilai Dasar Budaya	Perilaku Utama
Terpercaya	1. Bersikap Jujur, handal dan dapat dipercaya. 2. Memiliki karakter dan etika yang baik
Enerjik	1. Bersemangat tinggi, disiplin, selalu berpenampilan rapi dan menarik. 2. Berpikir positif, kreatif dan inovatif untuk kepuasan nasabah.
Ramah	1. Bertingkah laku sopan dan santun 2. Senantiasa siap membantu dan melayani nasabah
Bersahabat	1. Memperhatikan dan menjaga hubungan dengan nasabah. 2. Memberikan solusi yang paling menguntungkan.
Aman	1. Menjaga rahasia perusahaan dan nasabah sesuai ketentuan. 2. Menjamin kecepatan layanan yang memuaskan dan tidak melakukan kesalahan dalam transaksi
Integritas Tinggi	1. Bertaqwa kepada Tuhan YME dan menjalankan ajaran agama. 2. Berakhlak mulia, jujur, menjunjung kode etik profesi dan memiliki Visi untuk maju.
Komitmen	1. Senantiasa menepati janji yang telah diucapkan. 2. Bertanggung jawab atas seluruh tugas, pekerjaan, dan tindakan.

9. Sejauh ini produk-produk apa saja yang telah diluncurkan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan? Apa saja produk simpanan? Apa saja

yang menjadi produk pembiayaan? Apa saja yang pembiayaan? Produk layanan? Dan apa yang menjadi unggulannya?

Jawab : Untuk saat ini produk-produk yang ditawarkan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan meliputi:

- a) Produk penghimpun dana meliputi: Simpanan Giro iB Wadiah, Simpanan Giro iB Mudharabah, Tabungan iB Martabe Bagi Hasil (*marhamah*), Tabungan iB Martabe Wadiah (*marwah*), Tabungan iB Maqbul (*Haji*) dan Deposito iB Ibadah.
- b) Produk pembiayaan meliputi: Murabah Investasi, Murabahah Konsumsi, Murabahah KPR iB-Griya, Pembiayaan Mikro iB Sumut Sejahtera II, Murabahah Multi Guna, Pembiayaan iB Modal Kerja dan Gadai emas.
- c) Produk jasa meliputi: Sistem Kliring Bank Indonesia, Bank Garansi, Kafalah, Inkaso dan BI-RTGS.

10. Bagaimana struktur organisasi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan? Apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab setiap bagian?

Jawab : Struktur organisasi dapat dilihat pada profil Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

11. Bagaimana riwayat jenjang pendidikan karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Adapun riwayat jenjang pendidikan karyawan Bank Sumut Cabang Syariah yaitu terdiri dari:

Jenjang Pendidikan	Jumlah Karyawan
S-1	14 Orang
D-III	2 Orang

12. Syarat-syarat apa saja yang harus dipenuhi nasabah untuk bisa menjadi debitur iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi seorang nasabah untuk diterima menjadi debitur iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah dengan melengkapi berkas sebagai berikut:

- a) Fotocopy KTP pemohon (Suami dan Istri)
- b) Fotocopy kartu keluarga
- c) Fotocopy akta nikah/akta cerai/ akta pisah harta (jika ada)
- d) Slip gaji terakhir dan surat keterangan kerja
- e) Fotocopy tabungan/rekening koran 3 bulan terakhir
- f) Fotocopy NPWP pribadi
- g) Fotocopy SIUP, surat tanda daftar perusahaan, surat keterangan domisili.
- h) Fotocopy SK pengangkatan
- i) Pasfoto pemohon (suami dan istri)

13. Seperti apa prosedur yang harus dilalui seorang nasabah untuk bisa menjadi debitur iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Prosedurnya sebagai berikut:

- a) Pemohon mengisi formulir permohonan
- b) Melengkapi berkas permohonan
- c) Survey dan analisa permohonan iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah
- d) Menunggu persetujuan permohonan iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan
- e) Menurut surat penolakan permohonan jika tidak disetujui.

- f) Mempersiapkan akad pembiayaan iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
- g) Pelaksanaan transaksi, perjanjian, dan perikatan notarial akta.
- h) Realisasi pembiayaan.
- i) Pencairan dana iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

14. Bagaimana proses perumusan dan perencanaan strategi pemasaran di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan dalam mengembangkan pertumbuhan usaha yang wajar dan berkesinambungan dengan kualitas aktiva produktif yang sehat diikuti oleh rentabilitas yang juga meningkat dari waktu ke waktu guna mendukung visi Perseroan, yaitu mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah dan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah, Perseroan telah mengembangkan strategi untuk mempertahankan serta meningkatkan keunggulan pasar yang dimiliki dengan memfokuskan pada elemen penting sebagai berikut:

- a) Meningkatkan intensitas kordinasi dan sosialisasi kepada stakeholders untuk penambahan modal guna mendukung pengembangan usaha.
- b) Melakukan diversifikasi produk dan jasa dengan memperbaiki konten maupun kemasan serta meningkatkan kualitas dan variasi promosi usaha.
- c) Meningkatkan kerjasama pengembangan produk dan jasa sesama BPD serta berbagai pihak di luar perbankan.

- d) Peningkatan penghimpunan dana pihak ketiga dengan memperluas jaringan kantor, ATM dan fiturnya guna mempercepat proses pelayanan transaksi perbankan.
- e) Meningkatkan aliansi strategis dalam pemberian kredit sindikasi antar BPD dan Bank Umum Nasional.
- f) Penyaluran kredit tetap fokus pada segmen UMKM dengan memperluas pemasaran Kredit Peduli Usaha Mikro Sumut Sejahtera replikasi Greemen Bank diseluruh wilayah kerja Perseroan disamping core bisnis yang telah dibiayai.
- g) Meningkatkan pemahaman dan aplikasi pendukung manajemen risiko/risk culture dan good corporate governance disetiap lini.
- h) Peningkatan pelaksanaan mutu audit dilakukan melalui perencanaan kegiatan yang konsisten guna mendukung efektivitas pelaksanaan fungsi tugas dan tanggung jawab yang tertuang dalam internal audit charter.
- i) Non Performing Finance (NPF) diproyeksikan tetap dibawah rasio 5 %. Supervisi dan penagihan atas kredit bermasalah akan terus ditingkatkan guna memperbaiki kualitas kredit yang secara langsung berdampak pada peningkatan CAR.
- j) Penambahan jaringan unit kantor secara berkesinambungan terus diupayakan di kecamatan yang memiliki potensi di Sumatera Utara, sehingga pelayanan terhadap masyarakat dapat dioptimalkan. Demikian juga teknologi informasi yang dimiliki oleh Bank Sumut akan terus dikembangkan.

15. Dalam jangka waktu berapa lama strategi pemasaran dilakukan di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Strategi pemasaran yang dilakukan di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan tidak memiliki batasan waktu.

16. Bagaimana proses perumusan dan perencanaan strategi pemasaran produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab :

- a) Mengembangkan organisasi dan sumber daya manusia yang menangani perkreditan,
- b) Melakukan sosialisasi atas ketentuan yang berlaku dan evaluasi secara berkala atas pelaksanaannya.
- c) Mengembangkan program marketing communication untuk meningkatkan customer base retail melalui pemasaran produk dan jasa iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
- d) Mengembangkan organisasi dan sumber daya manusia yang fokus pada pemasaran iB KPR.

17. Seperti apa konsep pemasaran yang digunakan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam memasarkan produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan lebih mengutamakan promosi dan sosialisasi dalam memasarkan produk iB KPR serta menjalin kerjasama dengan berbagai pihak. Diantaranya dengan Griya Seroja Padangsidempuan, PT. Nurotin Karya (Gunung tua), dan PT. RCM (Gunung tua) dengan mengutamakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

18. Bagaimana perkembangan produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sejak pertama kali diluncurkan hingga sekarang?

Jawab : Berdasarkan informasi yang kami peroleh dari bagian data dan sebagaimana tertuang dalam tabel berikut:

Tahun	Jumlah Debitur
2009	5
2010	17
2011	31
2012	88
2013	133
2014	148

19. Adakah spesifikasi tertentu yang ditawarkan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dari segi *marketing mix*?

Jawab : Ada yaitu dari segi penawaran harga (price) dan promosi (promotion).

20. Bagaimana strategi produk yang ditawarkan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Adapun strategi produk Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah dengan melakukan pengembangan produk serta evaluasi dan perbaikan terhadap keberadaan produk yang sudah ada.

21. Bagaimana strategi harga yang ditawarkan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan? Apa saja yang menjadi kriteria dalam menetapkan harga produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau alat ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh

hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa dengan dana yang murah. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya.

22. Bagaimana cara Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan mempromosikan produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan? Strategi apa yang digunakan?

Jawab : Oleh karena jasa perbankan syariah merupakan produk yang relatif baru, upaya sosialisasi dan edukasi terhadap nasabah dan masyarakat harus senantiasa diupayakan. Untuk mewujudkan upaya ini Bank Sumut Cabang Syariah telah melakukan komunikasi baik secara langsung/tatap muka maupun tidak langsung untuk menciptakan Brand Awareness pada masyarakat seperti menjalin kerja sama dengan organisasi-organisasi keagamaan, organisasi profesi maupun asosiasi. Selain melalui kegiatan keagamaan, sosialisasi tentang produk-produk perbankan syariah ini juga menggunakan media komersial seperti media cetak, TV, radio dan lain-lain disamping promosi melalui brosur-brosur, spanduk, banner, baliho serta aktif berpartisipasi dalam mengikuti pameran-pameran dengan membuka stand.

23. Bagaimana sistem pembiayaan produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan? Adakah sistem bagi hasil?

Jawab : Akad yang digunakan dalam sistem pembiayaan produk iB KPR adalah murabahah dengan margin yang disepakati bukan bagi hasil.

24. Bagaimana sistem yang diterapkan oleh Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam melayani debitur iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Sistem yang diterapkan oleh Bank Sumut Cabang Syariah adalah lebih pasti, mudah dan cepat.

25. Seperti apa target pasar produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Adapun yang menjadi target pasar produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan meliputi:

- a) Dari sisi pendanaan Pasar yang akan dibidik adalah seluruh golongan masyarakat (bawah, menengah dan atas) baik muslim maupun non muslim sepanjang sesuai dengan prinsip syariah. Selain dari masyarakat, pendanaan akan digalang dari badan-badan usaha, perguruan tinggi, sekolah-sekolah dan asosiasi keagamaan/kemasyarakatan dengan melakukan kerjasama dalam bidang pengelolaan keuangan.
- b) Dari sisi Penyaluran Dana. Strategi yang digunakan adalah dengan menggunakan akad murabahah, mudharabah, Qardh, Salam dan Ijarah.

26. Bagaimana segmentasi pasar yang diterapkan oleh Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam melayani debitur iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Tidak ada segmentasi pasar dalam pelayanan iB KPR, sasarannya adalah pegawai dan wiraswasta yang dapat diverifikasi penghasilannya.

27. Menurut Bapak sejauh ini apakah produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sudah berhasil dipasarkan di Kota Padangsidempuan?

Jawab : Untuk cakupan seluruh wilayah Padangsidempuan produk iB KPR belum maksimal dipasarkan.

28. Berasal dari kalangan mana debitur terbanyak iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Untuk saat ini debitur iB KPR paling banyak berasal dari kalangan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan Pengusaha.

29. Faktor apa saja yang mendukung pemasaran produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Ada dua faktor yang mendukung pemasaran produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah, yang pertama adalah terus meningkatnya laju pertumbuhan penduduk khususnya kota Padangsidempuan serta daerah-daerah yang berada disekitarnya, seperti Kabupaten Tapanuli selatan, Kabupaten Padang Lawas Utara, Kabupaten Mandailing Natal dan lainnya. Yang kedua adalah terus meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap kepemilikan rumah atau tempat tinggal. Hal ini disebabkan terus meningkatnya biaya sewa rumah setiap tahunnya.

30. Faktor apa saja yang menjadi penghambat pemasaran produk iB KPR Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Jawab : Yang menjadi penghambat diantaranya:

- a) Masyarakat Kota Padangsidempuan masih banyak yang memiliki areal tanah yang luas dan belum tertarik mengkaplingnya menjadi perumahan. Sedangkan iB KPR identik dengan perumahan.
- b) Pengetahuan masyarakat tentang iB KPR masih kurang.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Nama : Samsul Borkat Sormin
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Nim : 11 220 0032
Tempat, Tanggal lahir : Padangsidempuan, 03 Desember 1992
Alamat : Jln. Imam Bonjol Gang Baduasin
Padangmatinggi

II. Nama Orang Tua

Ayah : Sawal Sormin
Ibu : Sarifah Tanjung
Alamat : Jln. Imam Bonjol Gang Baduasin
Padangmatinggi

III. Pendidikan

- a. SD Negeri 142444 Padangmatinggi
- b. MTs Negeri Model Padangsidempuan
- c. SMK Negeri 2 Panyabungan
- d. IAIN Padangsidempuan/Jurusan Perbankan Syariah