



**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN
MUSYARAKAH MUTANAQISHAH PADA
PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KCP GUNUNG TUA**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**RISKA PUTRI HUTAGALUNG
NIM. 17 401 00346**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN
MUSYARAKAH MUTANAQISHAH PADA
PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KCP GUNUNG TUA**

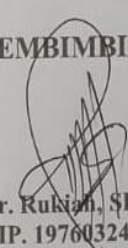
SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

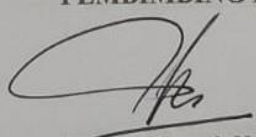
Oleh

**RISKA PUTRI HUTAGALUNG
NIM. 17 401 00346**

PEMBIMBING I


**Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP. 19760324 200604 2 002**

PEMBIMBING II


**Adnan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 2104118301**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **RISKA PUTRI HUTAGALUNG**
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 01 Oktober 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **RISKA PUTRI HUTAGALUNG** yang berjudul "**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUSYARAKAH MUTANAQISHAH PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP GUNUNG TUA**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) 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.

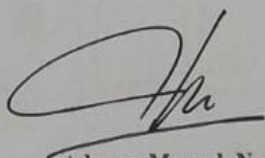
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Dr. Rukmah, SE., M.Si
NIP. 19760324 200604 2 002

PEMBIMBING II


Adanan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 2104118301

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : RISK PUTRI HUTAGALUNG
NIM : 17 401 00346
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi: Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran Pembiayaan Musyarakah Mutanaqishah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua**

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 IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 01 Oktober 2021

Saya yang Menyatakan,


METERAI
TEMPEL
C8AJX347955453

RISKA PUTRI HUTAGALUNG
NIM. 17 401 00346

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : RISKA PUTRI HUTAGALUNG

NIM : 17 401 00346

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Strategi Pemasaran Pembiayaan Musyarakah Mutanaqishah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 01 Oktober 2021

Yang menyatakan,



RISKA PUTRI HUTAGALUNG
NIM. 17 401 00346



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan22733
Telepon (0634) 22080Faximile (0634)24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : RISK PUTRI HUTAGALUNG
NIM : 17 401 00346
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*
Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

Ketua

Sekretaris

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

Hamni Fadillah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Anggota

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

Hamni Fadillah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP. 19760324 200604 2 002

Adanan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 2104118301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di	: Padangsidempuan
Hari/Tanggal	: Kamis/25 November 2021
Pukul	: 09.00 s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai	: Lulus/72,5 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif	: 3,52
Predikat	: Pujian



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

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

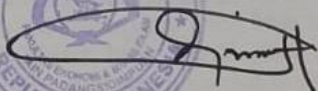
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN
MUSYARAKAH MUTANAQISHAH PADA PT. BANK
SYARIAH INDONESIA KCP. GUNUNG TUA

NAMA : RISKA PUTRI HUTAGALUNG
NIM : 17 401 00346

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

Padangsidempuan, 16 Desember 2021
Dekan,




Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Riska Putri Hutagalung
NIM : 17 401 00346
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

Penelitian ini dilatar belakangi karena terjadinya penurunan pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* mulai tahun 2015-2020 pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Sehingga adapun tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* dengan menggunakan analisis SWOT, mengetahui apa saja faktor yang menjadi kurangnya minat nasabah dalam pembiayaan *musyarakah mutanaqishah*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembahasan tentang Pengertian *musyarakah mutanaqishah*, landasan hukum *musyarakah mutanaqishah*, keunggulan dan kelemahan *musyarakah mutanaqishah*, ketentuan akad *musyarakah mutanaqishah*, pengertian pembiayaan, pengertian strategi pemasaran, analisis SWOT, hubungan strategi pemasaran dengan analisis SWOT.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Subjek penelitian ini adalah karyawan bank dan nasabah yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data dan verifikasi. Kemudian pengecekan keabsahan data.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam pembiayaan *musyarakah mutanaqishah*. Strategi pemasaran menggunakan bauran *marketing mix* yaitu *produk, price, place, promotion, people*, dan *proses*. Berdasarkan Analisis SWOT PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua diperoleh beberapa formulasi alternatif strategi dalam pemasaran produk pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* yaitu Strategi SO: Mempertahankan kualitas produk, meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah, menjalin hubungan yang lebih baik kepada masyarakat. Strategi ST: Berkurangnya pendapatan bank syariah atas margin sewa yang dibebankan pada aset yang menjadi objek akad. Cicilan di tahun-tahun pertama akan terasa begitu membebankan bagi nasabah, namun tahun-tahun berikutnya akan terasa ringan. Dan biaya yang timbul pada akad, sepenuhnya dibebankan kepada nasabah. WO: *musyarakah mutanaqishah* adalah bentuk inovasi produk perbankan syariah. Dan perkembangan investasi properti di Indonesia. Strategi WT: Proses pelaksanaan pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* yang dilakukan dengan cara mengangsur setiap bulan akan terkena risiko kredit.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan, *Musyarakah Mutanaqishah*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “ **Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua** ”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi

Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Dr. Rukiah, M.Si. selaku pembimbing I dan Bapak Adanan Murroh Nasution, M.A selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.

7. Teristimewa kepada Ayahanda Alm. Raja Wali Hutagalung dan Ibunda tercinta Tiarjuna Harahap, yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan moral dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga firdaus-Nya, semoga selalu bisa membanggakan kalian berdua.
8. Keluargaku tercinta, terutama kakak saya Krisdayanti Hutagalung, S.farm, dan adik saya Minta Ito Hutagalung, Nur Aisyah Hutagalung, Yuni Sakila Hutagalung yang juga selalu memberikan dukungan dan selalu menyemangati dalam melaksanakan penelitian ini.
9. Terima kasih kepada sahabat-sahabat terbaikku Ahmad Jefry Nasution, Lanni Ari Harahap, Ade Ayu Oktaviani Harahap, dan Tetty Rumondang Harahap, yang selalu mendukung, membantu, dan selalu ada buat peneliti dalam situasi apapun.
10. Terima kasih juga kepada teman-temanku Mei Mardiah Siregar, Sriparidatul Rahma Harahap, Risqiyan Lubis yang selalu mendukung peneliti.
11. Terima kasih juga buat kakak kost ku Novita Sari Siregar, Misbahul Hayati Siregar, Lola Sari dan adik-adik kost ku, Lenni Agustina Siregar, Nadiatul Husna Ritonga, Sri Wahyuni Siregar, Yunita Nasution yang selalu mendukung peneliti.
12. Kepada tempat penelitian, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian yaitu di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

yang telah membantu dan memberikan pengetahuan tentang pembiayaan *Musarakah Mutanaqishah* di Bank tersebut, Semua Pegawai termasuk yang telah berkenan untuk saya wawancarai dan nasabah yang telah mau saya wawancarai.

13. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Program Studi Perbankan Syariah-9 angkatan 2017 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Amin.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 01 Oktober 2021

Peneliti,

RISKA PUTRI HUTAGALUNG
NIM. 17 401 0346

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡ	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	ṣad	ṣ	Es dan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fatḥah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dommah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
	<i>fatḥah dan ya</i>	Ai	a dan i
	<i>fatḥah dan wau</i>	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

HarkatdanHuruf	Nama	HurufdanTanda	Nama
	<i>fatḥah dan alif</i>	<i>ā</i>	a dan garis atas
	<i>Kasrah dan ya</i>	<i>ī</i>	i dan garis di bawah
	<i>ḍommah dan wau</i>	<i>ū</i>	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang

ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman Transliterasi Arab-Latin. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKIRIPSI SENDIRI

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

BERITA ACARA MUNAQASYAH

PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRABSLITERASI ARAB LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DATAR TABEL	xiii

BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Batasan Istilah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Kegunaan Penelitian.....	8
G. SistematikaPembahasan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Pengertian <i>Musyarakah Mutanaqishah</i>	12
2. Landasan Hukum <i>Musyarakah Mutanaqishah</i>	13
3. Keunggulan dan Kelemahan <i>Musyarakah Mutanaqishah</i>	16
4. Ketentuan Akad <i>Musyarakah Mutanaqishah</i>	17
5. Pembiayaan.....	19
6. Strategi Pemasaran	23
7. Analisis SWOT.....	29
8. Hubungan Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT.....	35
B. Penelitian Terdahulu	36

BAB III METODE PENELITIAN	42
A. . Waktu dan Lokasi Penelitan.....	42

B. Jenis Penelitian.....	43
C. Subjek Penelitian.....	44
D. Sumber Data.....	45
a. Data Primer.....	45
b. Data Sekunder	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
a. Observasi	45
b. Wawancara	46
c. Dokumentasi.....	47
F. Teknik Analisis Data.....	47
a. Reduksi Data	47
b. Penyajian Data.....	48
c. Verifikasi Data.....	48
G. Teknik Keabsahan Data	48
a. Perpanjangan Keikutsertaan	48
b. Ketekunan Pengamatan	49
c. Triagulasi	49
d. Pemeriksaan Sejawat Melalui Diskusi	49
e. Kecukupan Referensi.....	50
f.	
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	51
A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia	
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia	51
2. Struktur Organisasi	56
3. Jumlah Tenaga Kerja	57
4. Produk Bank Syariah Indonesia.....	58
5. Mekanisme Pembiayaan <i>Musyarakah Mutanaqishah</i>	64
B. Strategi Pemasaran Pembiayaan <i>Musyarakah Mutanaqishah</i>	65
C. Faktor –Faktor Kurangnya Minat Nasabah <i>Musyarakah Mutanaqishah</i>	86
D. Analisis Penelitian.....	90
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	5
Tabel 2.....	36
Tabel 3.....	44
Tabel 4.....	44
Tabel 5.....	78
Tabel 6.....	80
Tabel 7.....	81
Tabel 8.....	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah di Indonesia lahir sejak tahun 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk tergolong stagnan, namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Satu-satunya bank Indonesia yang tahan terhadap krisis moneter.

Seiring berkembang bank syariah, bank syariah terus mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Kajian ekonomi Islam, bank syariah merupakan institusi keuangan yang memiliki prinsip Islam. Hal ini berarti secara makro bank syariah merupakan institusi keuangan yang berperan sebagai pemain aktif dalam mendukung kegiatan investasi pada masyarakat. Pada tahun 1999, berdirilah bank syariah yang kedua di Indonesia yaitu PT. Bank Syariah Mandiri Indonesia, anak perusahaan Bank Mandiri.¹

Proses bergantinya Bank Syariah Mandiri menjadi Bank Syariah Indonesia pada tahun 2021, Otoritas jasa keuangan menyiapkan peta jalan atau roadmap pengembangan keuangan syariah. Pada tahun 2019, Otoritas jasa keuangan atau OJK mendorong bank syariah dan unit usaha syariah

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media, 2011), hlm. 24.

milik pemerintah berkonsolidasi atau merger perbankan. Di antaranya PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Pada tanggal 2 Juli 2020, Menteri Badan Usaha Milik Negara Erick Thohir berencana menggabungkan bank syariah BUMN yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah, dan Mandiri Syariah.

Pada bulan Oktober 2020, Pemerintah secara resmi mengumumkan rencana merger bank syariah dari tiga bank Himbara yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah. Pada tanggal 11 Desember 2020, Konsolidasi bank syariah Himbara menetapkan nama perusahaan hasil merger menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Pada tanggal 27 Januari 2021, OJK secara resmi mengeluarkan izin merger usaha tiga bank syariah. Surat itu terbit dengan Nomor SR03/PB.1/2021. Pada tanggal 1 Februari 2021, Presiden Jokowi meresmikan PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau Bank Syariah Indonesia (BSI).²

Setiap Bank pasti akan menunjukkan keunggulan-keunggulan tersendiri dari produk yang ditawarkan untuk menarik minat masyarakat dan ditawarkan dalam menawarkan produknya, maka akan terjadi persaingan sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh dan terpadu di dalam perusahaan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran perusahaan. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran

² <https://indonesia.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia>, diakses pada tanggal 01 Februari 2021 pukul 13.00.

yang jelas dan terserah tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar.³

Salah satu produk pembiayaan yang dikembangkan untuk menarik minat nasabah dalam pembiayaan adalah menawarkan pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* (MMQ). *musyarakah mutanaqishah* (MMQ) adalah salah satu produk pengembangan dari produk berbasis akad *musyarakah*. *musyarakah mutanaqishah* dapat diaplikasikan sebagai suatu produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip *Syirkah 'inan*, dimana porsi modal (*hishshah*) salah satu *syarik* (mitra) yaitu bank berkurang disebabkan oleh pembelian atau pengalihan komersial secara bertahap (*naqlul hishshah bil 'iwadh mutanaqishah*) kepada *syarik* (mitra) yang lain yaitu nasabah.

Pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* (MMQ) telah ditetapkan oleh beberapa Bank Syariah yang meliputi Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat untuk memiliki suatu aset tertentu melalui pembiayaan berbasis kemitraan bagi hasil antara pihak Nasabah dan Bank yang pada akhir perjanjian seluruh aset yang dibiayai tersebut menjadi milik Nasabah. Pengalihan kepemilikan aset tersebut melalui cara nasabah mengambil ahli porsi modal (*hishshah*) dari Bank secara angsuran berdasarkan suatu metode pembayaran tertentu selama jangka waktu kontrak yang disepakati bersama. Pembiayaan *musyarakah mutanaqishah*

³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 168.

dapat dilakukan untuk tujuan pembiayaan kepemilikan aset seperti rumah maupun kendaraan baik baru maupun lama.⁴

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Muhammad Ridwan selaku staf marketing pembiayaan akad *musyarakah mutanaqishah*. Dimana Bank Syariah Indonesia Gunung Tua memiliki produk pembiayaan *murabahah*, *musyarakah mutanaqishah*, *mudharabah* serta dimana bagian utama produk Bank Syariah bagi hasil sesuai dengan porsi atau karakteristiknya.⁵

Dimana akad pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* di Bank Syariah Indonesia Gunung Tua menggunakan produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah). KPR (Kredit Pemilikan Rumah) adalah produk pembiayaan atau pinjaman yang diberikan kepada pembeli rumah dengan skema pembiayaan sampai dengan persentase tertentu dari harga rumah atau properti. Jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua pada tahun 2015-2020.

⁴ Mulya E. Siregar, *Standar Produk Perbankan Syariah Musyarakah Mutanaqishah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hlm. 115.

⁵Wawancara dengan Karyawan PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, yaitu Bapak Muhammad Ridwan, Bagian Marketing Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*, Tanggal 21 Juni 2021.

Tabel 1
Jumlah Nasabah yang Menggunakan Produk KPR Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*
Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua
Pada Tahun 2015-2020

Tahun	Jumlah Nasabah yang Menggunakan
2015	7 Nasabah
2016	10 Nasabah
2017	5 Nasabah
2018	1 Nasabah
2019	5 Nasabah
2020	3 Nasabah

Sumber: PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tahun 2020.

Dari tabel di atas terdapat beberapa perkembangan *musyarakah mutanaqishah* (MMQ) mengalami penurunan, sampai tahun 2020 yang hanya sebanyak 3 nasabah. Ada beberapa faktor yang menjadi kendala dalam pembiayaan akad *musyarakah mutanaqishah* di mana masyarakat Gunung Tua belum mengetahui tentang akad pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah) sehingga masyarakat lebih mengetahui tentang produk yang sering digunakan produk *mudharabah* dan *murabah* untuk jual beli. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi dalam mempromosikan KPR dengan akad *musyarakah mutanaqishah* sehingga masyarakat tidak mengetahui kelebihan-kelebihan yang ada di KPR dengan akad *musyarakah mutanaqishah*. Maka dari itu diperlukan adanya pendekatan analisis SWOT yang tujuannya untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh suatu perusahaan dimasa yang akan datang, serta adanya permasalahan seperti

kelemahan, peluang serta kekuatan yang kecil ataupun ancaman dari pihak luar akan mendorong bagian dari manajemen perusahaan untuk menemukan berbagai ide kebijakan yang lebih efektif menjadi solusi permasalahan yang ada, dalam pengembangan produk.

Kegunaan analisis SWOT ini adalah untuk melihat apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamannya sehingga perusahaan dapat melakukan perumusan sasaran dan mengetahui strategi pemasaran pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* apa yang akan dilakukan untuk kedepannya agar jumlah nasabah semakin meningkat.

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul “ **Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.**”

B. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, peneliti pastinya mempunyai batasan penelitian dalam penguraian dan penjelasan dalam penelitian tersebut. Maka penelitian berfokus pada Bagaimana Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

C. Batasan Istilah

1. Strategi pemasaran adalah cara untuk memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat dan masyarakat tertarik terhadap produk yang dipasarkan, dan kemudian yang terpenting yaitu kepuasan masyarakat.

2. Pembiayaan merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.
3. *Musyarakah Mutanaqishah* merupakan akad kerja sama antara dua pihak dimana pihak bank dan nasabah, dalam kepemilikan aset atau modal salah satu pihak berkurang karena adanya pembelian secara bertahap oleh pihak lainnya.
4. Bank Syariah Indonesia merupakan lembaga perbankan yang berbasis Syariah di Indonesia yang beroperasi dalam menghimpun dana, menyalurkan dana, pelayanan jasa, serta operasional lainnya yang menjadi kewajiban Bank Syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua terhadap pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* dengan menggunakan analisis SWOT ?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kurangnya minat nasabah dalam pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuannya adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua terhadap pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* dengan menggunakan analisis SWOT.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor yang menjadi kurangnya minat nasabah dalam pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa kegunaan, baik kegunaan secara teoritis maupun kegunaan secara praktis antara lain:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi penelitian dibidang Perbankan khususnya Perbankan Syariah dalam melakukan penyaluran pembiayaan di masa yang akan datang.
 - b. Bagi literatur, sebagai bahan informasi tentang Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* pada Bank Syariah.
 - c. Hasil penelitian dapat memberikan bukti empiris tentang dan konfirmasi konsistensi tentang penelitian sebelumnya.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan kemampuan berpikir mengenai Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Dan semoga penelitian ini dapat menambah pengetahuan terhadap peneliti berikutnya.

b. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai tambahan informasi bagi pihak bank dalam menggunakan Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, sehingga dapat menjadi masukan bagi pihak Bank Syariah Indonesia untuk perbaikan dalam rangka mengembangkan perusahaannya.

c. Bagi Instituti Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi bagi peneliti selanjutnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada khususnya mahasiswa/I jurusan perbankan syariah dan juga sebagai bahan bacaan dalam menyelesaikan tugas yang terkait dalam hal ini.

d. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat terkait dengan Strategi Pemasaran Pembiayaan

Musyarakah Mutanaqishah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian menerapkan sistematika pembahasan sebagai bahan peneliti untuk mempermudah memahami dalam kajian ini, dan dapat mendeskripsikan secara teliti, jelas, dan sistematis. Peneliti menggolongkan sistematika pembahasan menjadi lima bab, yaitu:

Bab pertama membahas Latar Belakang Masalah berisi tentang argumentasi penelitian dengan mendeskripsikan beberapa masalah atau fenomena yang akan di angkat sebagai masalah pada peneliti ini. Batasan masalah berisi agar masalah yang akan diteliti lebih fokus pada suatu titik permasalahan. Tujuan penelitian dan manfaat penelitian berisi hasil penelitian agar dapat memberi manfaat bagi setiap orang yang membutuhkan.

Bab kedua membahas tentang teori-teori yang relevan yang menjadi acuan dalam penulisan, yang memuat landasan teori mengenai pengertian Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

Bab ketiga membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian yang akan dilakukan. Jenis penelitian yang terdiri tentang penjelasan mengenai penelitian. Unit analisis/subjek penelitian berisi tentang hal-hal yang akan dijadikan objek penelitian. Sumber data adapun data data dalam penelitian ini yaitu sumber data

primer dan sumber data sekunder. Instrumen dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan analisis kualitatif. Teknik keabsahan data berisi pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab keempat merupakan hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yang memuat sejarah singkat PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, serta pembahasan Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* yang berisi deskripsi hasil penelitian.

Bab kelima merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian *Musyarakah Mutanaqishah*

Musyarakah mutanaqishah adalah suatu skim *musyarakah*, di mana porsi dana salah satu pihak akan menurun terus hingga akhirnya menjadi nol. Pada saat porsi dana salah satu pihak menjadi nol, maka akan terjadi pemindahan kepemilikan dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pada skim ini, bank dan nasabah saling mencampurkan dananya untuk membiayai satu proyek dan kemudian secara bertahap bank akan mengurangi porsi modalnya hingga menjadi nol dalam suatu saat.⁶ *Musyarakah mutanaqishah* adalah *musyarakah* atau *syirkah* yang kepemilikan asset (barang) atau modal salah satu pihak (*syarik*) berkurang disebabkan pembelian secara bertahap oleh pihak lainnya.⁷

Musyarakah mutanaqishah adalah kombinasi antara *musyarakah* dengan *ijarah*. Dalam kontrak ini kedua belah pihak yang berfungsi menyertakan modalnya masing-masing, misalnya nasabah 20%, Bank 80%, dengan modal 100% keduanya membeli suatu aset tertentu seperti rumah. Rumah tersebut kemudian disewakan kepada nasabah dengan harga sewa yang telah disepakati bersama.

⁶ Zulkifli S, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media, 2003), hlm. 72.

⁷ Himpunan Fatwa Keuangan Syariah DSN MUI.2014.

Dan tidak mengambil bagian sewa miliknya, tetapi seluruhnya diberikan kepada bank sehingga upaya penambahan presentase modal miliknya. Dengan demikian untuk bukan kedua presentase milik nasabah akan bertambah dan bank akan berkurang begitu seterusnya hingga nasabah memiliki 100% dari modal perkonsian.⁸

2. Landasan Hukum *Musyarakah Mutanaqishah*

Landasan hukum Islam pada pembiayaan *musyarakah mutanaqishah*, pada saat ini, dapat disandarkan pada akad *musyarakah* (kemitraan) dan *ijarah* (sewa). Karena didalam akad *musyarakah mutanaqishah* terdapat unsur *syirkah* dan unsur *ijarah*.

a. Al-qur'an

QS. Al-Ma'idah ayat 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ
بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ
وَأَنْتُمْ حُرُمٌ ۚ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya." Aqad (perjanjian) mencakup: janji prasetia hamba kepada Allah dan Perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya."⁹

⁸ Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2000), hlm. 36.

⁹ Al-Qur'an Surah Al-Ma'idah Ayat 1, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Departemen Agama RI, hlm. 199.

Ayat di atas menjelaskan bahwa siapapun yang melakukan perjanjian, maka mereka berkewajiban untuk bertanggung jawab atas perjanjian tersebut.

QS. Shaad ayat 24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ^{صَلَّىٰ} وَإِنَّ
كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا
الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ^{قُلْ}
وَضَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا

وَأَنَابَ 

"Daud berkata "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.¹⁰

Ayat di atas menjelaskan bahwa diperbolehkannya praktik akad *musyarakah*, saling bersekutu atau *partnership*. Bersekutu dalam konteks ini adalah kerjasama dua atau lebih pihak untuk melakukan sebuah usaha perniagaan. Dan dalam ayat ini juga dijelaskan bahwa laki-laki maupun perempuan dianjurkan untuk mengerjakan amal shaleh dan Allah tidak membedakan kebaikan

¹⁰Al-Qur'an Surah Shaad Ayat 24, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Departemen Agama RI, hlm. 910.

atau pahala yang akan diberikan kepada keduanya, serta dalam ayat tersebut juga menjelaskan adanya larangan untuk berkhianat didalam kerjasama.

b. Al-Hadits

Hadits Riwayat Abu Dawud dari Abu Hurairah

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَقُولُ: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا

“Dari Abu Hurairah, ia merafa’kannya kepada Nabi, beliau bersabda: sesungguhnya Allah berfirman: saya adalah pihak ketiga dari dua orang yang berserikat, selagi salah satunya tidak mengkhianati temannya. Apabila ia berkhianat kepada temannya, maka saya akan keluar dari antara keduanya.”

Hadits di atas memberikan pemahaman bahwa dalam melakukan kerjasama harus amanah dan tidak boleh ada yang saling menjatuhkan antara pihak terkait.

Hadits Riwayat Ibnu Majah dari Ibnu’ Umar

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ , قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْفُهُ

“Dari Ibnu ‘Umar r.a ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: berikanlah kepada tenaga kerja itu upahnya sebelum keringnya keringat.”

Hadits di atas menjelaskan bahwa setiap mempekerjakan seseorang maka wajib memberikan upah atas jasa yang telah diberikan yaitu upah atau imbalan.

3. Keunggulan dan Kelemahan *Musyarakah Mutanaqishah*

Penerapan akad *musyarakah mutanaqishah* memiliki beberapa keunggulan sebagai pembiayaan syariah, yaitu :

- a. Bank Syariah dan nasabah sama-sama memiliki atas suatu aset yang menjadi objek perjanjian. Karena merupakan aset bersama maka antara bank syariah dan nasabah akan saling menjaga atas aset tersebut.
- b. Adanya bagi hasil yang diterima antara kedua belah pihak atas margin sewa yang telah ditetapkan atas aset tersebut.
- c. Kedua belah pihak dapat menyepakati adanya perubahan harga sewa sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan mengikuti harga pasar.
- d. Dapat meminimalisir risiko *financial cost* jika terjadi inflasi dan kenaikan suku bunga pasar pada perbankan konvensional.
- e. Tidak terpengaruh oleh terjadinya fluktuasi bunga pasar pada bank konvensional, dan fluktuasi harga saat terjadinya inflasi.

Adapun kelemahan dalam akad *musyarakah mutanaqishah* ketika ditetapkan sebagai bentuk pembiayaan syariah adalah :

- 1) Risiko terjadinya pelimpahan atas beban biaya transaksi dan pembayaran pajak, baik pajak atas hak tanggungan atau pajak atas bangunan, serta biaya-biaya lain yang mungkin dapat menjadi beban atas aset tersebut.

- 2) Berkurangnya pendapat bank syariah atas margin sewa yang dibebankan pada aset yang menjadi objek akad.¹¹

4. **Ketentuan Akad *Musyarakah Mutanaqishah***

Di dalam *Musyarakah Mutanaqishah* terdapat unsur kerja sama (*Syirkah*) dan unsur sewa (*Ijarah*). Kerja sama dilakukan dalam hal penyertaan modal atau dana dan kerja sama kepemilikan. Sementara sewa merupakan kompensasi yang diberikan salah satu pihak kepada pihak lain. Ketentuan pokok yang terdapat dalam *Musyarakah Mutanaqishah* merupakan ketentuan pokok kedua unsur tersebut.

Berkaitan dengan *syirkah*, keberadaan pihak yang bekerja sama dan pokok modal, sebagai objek akad *syirkah*, dan *shighat* (ucapan perjanjian atau kesepakatan) merupakan ketentuan yang harus terpenuhi. Sebagai syarat dari pelaksanaan akad *syirkah* masing-masing pihak harus menunjukkan kesepakatan dan kerelaan untuk saling bekerja sama, antara pihak harus saling memberikan rasa percaya dengan yang lain, dan dalam pencampuran pokok modal merupakan pencampuran hak masing-masing dalam kepemilikan objek akad tersebut.

¹¹ Hosen N, *Musyarakah Mutanaqishah* (Jakarta: Hidayatullah, 2009), hlm. 13.

Fatwa DSN MUI No.73/DSN-MUI/XI/2008 tentang *Musyarakah Mutanaqishah* dalam ketentuan khusus :¹²

- 1) Aset *Musyarakah Mutanaqishah* dapat di *ijarah*-kan kepada *syarik* atau pihak lain.
 - 2) Apabila asset *musyarakah* menjadi objek *ijarah*, maka *syarik* (nasabah) dapat menyewa aset tersebut dengan nilai *ujarah* yang disepakati.
 - 3) Keuntungan yang diperoleh dari *ujarah* tersebut dibagi sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dalam akad, sedangkan kerugian harus berdasarkan proporsi kepemilikan. Nisbah keuntungan dapat mengikuti perubahan proporsi kepemilikan sesuai kesepakatan para *syarik*.
- a. Syarat *Musyarkah Mutanaqishah*
- 1) Para pelaku dalam *Musyarakah Mutanaqishah* hukum dan baliqh.
 - 2) Modal *Musyarakah Mutanaqishah* harus diberikan secara tunai.
 - 3) Modal yang sudah diserahkan oleh setiap mitra harus dicampur, tidak boleh dilakukan pemisahan untuk kepentingan khusus. Misalnya, yang satu khusus membiayai pembelian bangunan dan yang lain untuk membiayai pembelian perlengkapan kantor.

¹²Fatwa DSN-MUI No.73/DSN-MUI/XI/2008 Tentang *Musyarakah Mutanaqishah*, hlm. 5.

- 4) Masing-masing pihak harus rela, artinya tidak ada unsur paksaan.¹³

5. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu jenis kegiatan usaha bank syariah. Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah.¹⁴ Pembiayaan secara luas berarti *financing* yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain.¹⁵

M. Syafi'I Antonio menjelaskan bahwa pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu pemberian fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit* (membutuhkan dana). Sedangkan menurut undang-undang no.10 tahun 1998 tentang perbankan menyatakan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau

¹³ Sri Nuhayati Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 155.

¹⁴ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Kedua (Jakarta: Jakarta, 2017), hlm. 347.

¹⁵ Veithzal Rivai and Arviyan Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 42.

tagihan tabungan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.¹⁶

b. Tujuan pembiayaan

Tujuan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah untuk kesempatan kerja dan kesejahteraan ekonomi sesuai dengan nilai-nilai islam. Pembiayaan tersebut harus dapat dinikmati oleh sebanyak-banyaknya pengusaha yang bergerak dibidang industri, pertanian dan perdagangan untuk menunjang kesempatan kerja sama dan menunjang produksi dan distribusi barang-barang dan jasa-jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun ekspor.

c. Fungsi Pembiayaan

Keberadaan bank syariah yang menjalankan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah bukan hanya untuk mencari keuntungan dan meramaikan bisnis perbankan di Indonesia tetapi juga untuk menciptakan lingkungan bisnis yang aman, diantaranya:

1) Meningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktifitas.

¹⁶ Rivai and Arifin, hlm. 43.

2) Meningkatkan daya guna barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga *utility* bahan tersebut meningkat.

3) Meningkatkan peredaran uang

Melalui pembiayaan, peredaran uang kerta maupun giral akan lebih berkembang, karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah, baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif.

4) Menimbulkan kegairahan berusaha

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

5) Stabilitas ekonomi

Dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilitas di arahkan pada usaha-usaha:

- a) Pengendalian inflasi
- b) Peningkatan ekspor
- c) Rehabilitas prasarana
- d) Jembatan untuk mendapatkan pendapatan nasional.¹⁷

¹⁷ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Yogyakarta: Ekonosia, 2011), hlm. 54.

d. Prinsip Analisis Pembiayaan

Prinsip analisis pembiayaan merupakan pedoman-pedoman yang harus diperhatikan oleh pejabat pembiayaan bank syariah pada saat melakukan analisis pembiayaan. Diantaranya prinsip 5C yaitu :

- 1). *Character* artinya sifat atau karakter nasabah pengambil pembiayaan. Kegunaan penilaian karakter adalah untuk mengetahui sejauh mana kemauan nasabah untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan.
- 2). *Capacity* artinya kemampuan nasabah untuk menjalankan usahanya guna memperoleh laba sehingga dapat mengembalikan pinjaman atau pembiayaan dari laba yang dihasilkan.
- 3). *Capital* artinya besarnya modal yang diperlukan peminjam. Makin besar modal sendiri dalam perusahaan, tentu semakin tinggi keunggulan calon mudharib menjalankan usahanya dan bank akan merasa lebih yakin memberikan pembiayaan.
- 4). *Collateral* artinya jaminan yang telah dimiliki yang diberikan peminjam kepada bank. Penilaian terhadap *collateral* meliputi : jenis, lokasi, bukti kepemilikan, dan status hukum.
- 5). *Condition of economy* artinya keadaan meliputi kebijakan pemerintah, politik, segi budaya yang mempengaruhi perekonomian.¹⁸

¹⁸ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Kencana: Depok, 2017), hlm. 350-351.

6. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Kenneth R. Andrews menyatakan bahwa strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud, dan tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan. Jadi, strategi adalah penetapan rencana atau arah keseluruhan dari bisnis.¹⁹ Sederhananya, strategi merupakan suatu langkah atau cara yang telah direncanakan dan disusun secara sistematis oleh seseorang atau kelompok agar dapat mencapai tujuan tertentu. Sedangkan pengertian pemasaran tidak lain dari pada suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Atau dapat dikatakan pula bahwa pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Beberapa ahli memberikan bermacam-macam definisi tentang pemasaran, antara lain :²⁰

- 1) Philip dan Duncan, pemasaran meliputi semua langkah yang digunakan atau dipergunakan untuk menempatkan barang-barang nyata ke tangan konsumen.
- 2) W. J. Stanton, pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan

¹⁹ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 89-90.

²⁰ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 26.

merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual ataupun yang potensial.

- 3) P. H. Nystrom, pemasaran meliputi segala kegiatan mengenai penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.

b. Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan. Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli semua yang dibutuhkan, selanjutnya adalah menyediakan produk dan jasa tersebut. Strategi pemasaran dikatakan berhasil apabila dapat memaksimalkan volume penjualan yang menguntungkan dalam jangka waktu panjang.

Dalam praktiknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang. Dalam jangka waktu pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.²¹

²¹ Muhammad Isa, *Diktat Manajemen Pemasaran Bank*, Revisi II (IAIN: Padangsidimpuan, 2014), hlm. 6-7.

Dalam kegiatan pemasaran bank juga perlu membuat suatu perencanaan. Rencana pemasaran bank merupakan suatu kegiatan pemasaran yang sangat diperlukan. Rencana ini terutama diperlukan bagi manajemen bank tentang target pemasaran yang harus dicapai. Rencana pemasaran juga disusun sesuai dengan apa-apa yang harus dikerjakan, siapa yang mengerjakan, dan kapan harus dikerjakan. Dalam praktiknya rencana pemasaran bank meliputi hal-hal sebagai berikut :²²

- 1) Menyusun target yang akan dicapai, sebagai contoh rencana jumlah dana yang harus dihimpun dan yang harus disalurkan.
- 2) Menyusun organisasi pelaksanaan atau orang-orang yang akan mengerjakan kegiatan pemasaran tersebut.
- 3) Menyusun tentang urutan kegiatan yang harus dijalankan lebih dulu kemudian kegiatan berikutnya.
- 4) Menentukan jumlah biaya promosi yang harus dikeluarkan, serta jenis-jenis promosi yang akan dilakukan.
- 5) Serta kegiatan pemasaran lainnya.

Faktor-faktor yang harus dianalisis yaitu :

- a) Segmentasi Pasar

²² Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 74-75.

Segmentasi pasar adalah kegiatan mengelompokkan pasar sasaran menjadi pasar yang mempunyai karakteristik atau sifat yang sama (homogen), dimana tiap kelompok dapat dipilih sebagai pasar yang dituju (ditargetkan) untuk dicapai dengan bauran pemasaran yang khusus.

b) Menetapkan Pasar Sasaran (*Targetting*)

Menetapkan pasar sasaran yaitu mengevaluasi keaktifan segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani.

c) Menentukan Posisi Pasar (*Market Positioning*)

Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh nasabah atau konsumen atas dasar atribut-atributnya. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

a. Elemen-Elemen yang ada dalam *Marketing Mix*²³

1) *Produk*

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya itu dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk.

2) *Price*

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah satu dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

3) *Place*

Penentuan lokasi kantor cabang bank yang dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan kantor lokasi beserta sarana dan prasana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Dengan demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.

²³ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Grafindo Persada, 2003), hlm. 183.

4) *Promotion*

Promosi merupakan kegiatan *marketing mis* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan diatas, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

5) *People*

Sumber daya manusia (SDM) mutlak diperlukan bank untuk bertahan. Secanggih apapun 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 mendapat pelayanan secara manusiawi dan ramah.

6) *Process*

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

7. Analisis SWOT

a. Pengertian SWOT Analisis

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dalam suatu objek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats*). Berikut penjelasan dari analisis SWOT adalah :²⁴

1) Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan untuk dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapasitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan

²⁴ Ferry Hendro Basuki and Hartina Husein, "Analisis SWOT Financial Technology Pada Dunia Perbankan," *Dalam Jurnal Manis* Volume 2 Nomor 1 (January 2018): hlm. 66.

manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

3) Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, misalnya, perusahaan teknologi dan meningkatnya hubungan perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4) Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

b. Fungsi Analisis SWOT

Fungsi analisis SWOT adalah menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang melakukan terhadap kondisi eksternal perusahaan.

Analisis SWOT berguna untuk menganalisis faktor-faktor didalam perusahaan yang memberikan adil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.²⁵

c. Tujuan Analisis SWOT

Beberapa tujuan dari analisis SWOT yaitu :²⁶

- 1) Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai input untuk merancang proses, sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif dan efisien.
- 2) Untuk menganalisis suatu kondisi, dimana dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu.
- 3) Mengetahui keuntungan yang dimiliki perusahaan kompetitor.
- 4) Menganalisis prospek perusahaan untuk penjualan, keuntungan dan pengembangan produk yang dihasilkan.
- 5) Menyiapkan perusahaan untuk siap dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
- 6) Menyiapkan untuk menghadapi adanya kemungkinan dalam perencanaan pengembangan di dalam perusahaan.

²⁵ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), hlm. 20.

²⁶ Rangkuti, hlm. 67.

d. Manfaat Analisis SWOT

Metode analisis SWOT merupakan metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu perusahaan dari 4 (empat) sisi yang berbeda. Hasil dari analisis biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari sisi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini. Analisis SWOT merupakan instrument yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis SWOT berperan sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.²⁷

²⁷ Mariantha N, *Manajemen Biaya* (Sulawesi Selatan: Celebes Media Prakasa, 2018), hlm. 16-17.

e. Elemen-elemen dalam Analisis SWOT

Elemen-elemen yang ada dalam analisis SWOT terbagi menjadi dua bagian yaitu :²⁸

1) Internal

a) Kekuatan (*Strength*) adalah kemampuan utama yang mempunyai nilai lebih dari perusahaan dibandingkan kemampuan pesaing.

b) Kelemahan (*Weakness*) adalah faktor yang dapat mengurangi kemampuan operasi perusahaan. Hal ini harus diminimalisir agar tidak mengganggu jalannya perusahaan.

2) Eksternal

a) Peluang (*Oppurtunity*) adalah kesempatan-kesempatan yang ada tentunya memiliki potensi menghasilkan keuntungan melalui usaha-usaha yang diarahkan untuk memanfaatkan kesempatan-kesempatan tersebut.

b) Ancaman (*Threat*) adalah sesuatu yang sangat mungkin terjadi atas beroperasinya perusahaan dan berpotensi kerugian bagi perusahaan.

²⁸ Hidayatul Fauziah Pasaribu, “Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan” (Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2018), hlm. 51.

f. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan kombinasi antara faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman sehingga akan membentuk empat alternatif strategi dari kombinasi keduanya yakni strategi S-O (*Strenght Opportunities*), ST (*Strenght Threats*), WO (*Weakness Opportunities*), dan WT (*Weakness Threats*).²⁹

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) adalah identifikasi faktor internal diperlukan untuk mengetahui kekuatan yang dapat digunakan dalam mengatasi kelemahan yang ada diperusahaan dengan cara melakukan proses identifikasi terhadap berbagai faktor yang ada dalam area fungsional perusahaan seperti sumberdaya manusia, lokasi, produksi, pemasaran, keuangan, dan manajemen.

Matriks EFAS (*Esternal Factor Analysis Summary*) identifikasi faktor eksternal diperlukan untuk mengembangkan peluang yang dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman yang kemungkinan akan datang. Faktor eksternal ini terbagi atas dua lingkungan yaitu, lingkungan makro (meliputi fkator demografi, faktor ekonomi, faktor alam, dan faktor politik) dan lingkungan mikro (meliputi kondisi perusahaan, konsumen, pesaing, dan produk substitusi).

²⁹ Muhammad Andika, “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Muchtar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi UIN Banda Aceh, 2020), hlm. 23-24.

8. Hubungan Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT

Salah satu analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan dalam persaingan adalah analisis SWOT. Analisis ini berpedoman pada konsep dalam perusahaan ada dua titik pandang yang harus selalu menjadi pusat perhatian manajemen perusahaan, yaitu bidang-bidang yang ada pada dasarnya berada dalam kendali manajemen perusahaan (internal) yang terdiri dari *strength* dan *weakness* serta bidang-bidang yang berada diluar kendali manajemen perusahaan (eksternal) yang terdiri dari *opportunities* dan *threats*.

Analisis SWOT dapat digunakan dalam banyak cara untuk membantu analisis strategi. Cara yang paling umum adalah menggunakan analisis SWOT sebagai kerangka kerja yang logis untuk mengarahkan diskusi sistematis dari situasi perusahaan dan alternatif dasar yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan. Penilaian yang berbeda dapat merefleksikan kekuatan yang mendasari dalam perusahaan atau perspektif yang berbeda. Titik kuncinya adalah bahwa analisis SWOT yang sistematis bergerak melewati semua aspek dari situasi perusahaan. Sebagai hasilnya, analisis SWOT memberikan suatu kerangka kerja yang dinamis dan berguna dalam merencanakan strategi pemasaran produk.³⁰

³⁰ Gregorius and Candra, *Strategi dan Program Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012), hlm. 10-11.

Strategi pemasaran merupakan inti dari manajemen yang menunjang kelangsungan hidup perusahaan dengan melihat kekuatan (*Strenght*), peluang (*Opportunities*) dan untuk mengatasi kelemahan (*Weaknesses*) serta menghadapi ancaman (*Threats*). Berdasarkan analisis SWOT dapat ditentukan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan.³¹

B. Penelitian Terdahulu

Agar memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil beberapa bahan pada penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan ataupun berhubungan dengan judul yang sedang diteliti. Penelitian terdahulu ini dijadikan peneliti sebagai bahan masukan dan kajian untuk menjadi salah satu alat pedoman bagi penelitian yang mempunyai kaitan dengan penelitian ini.

Tabel 2
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Hidayatullah Jamani (Skripsi/ Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2020)	Implementasi Konversi Akad <i>Murabahah</i> kepada Akad <i>Musyarakah Mutanaqishah</i> Pada Pembiayaan KPR di Bank Muamalat Cabang Banda Aceh	Menghadapi pembiayaan <i>Murabahah</i> bermasalah pada nasabah yang prospektif (memiliki kemampuan untuk membayar) dilakukan dengan cara melakukan konversi akad <i>Murabahah</i> menjadi akad <i>Musyarakah Mutanaqishah</i> atas

³¹ Jauch Lawrence and Glueck William, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Perusahaan*, Edisi Ketiga (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 11.

			barang jaminan yang masih menjadi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh hingga nasabah dapat melunasi sisa angsuran dan margin pada waktu yang telah disepakati.
2.	Suraya Murcitaningrum STAIN Juai Siwo Metro Lampung (Jurnal, Ilmiah Gema Ekonomi, Vol 6, No.1 Tahun 2016)	Percepatan Pelunasan <i>Musyarakah Mutanaqishah</i> KPR di Bank Muamalat KCP Kota Metro	Aplikasi percepatan penulasan KPR dengan skim <i>Musyarakah Mutanaqishah</i> belum selaras dengan ketentuan yang berlaku sesuai dengan konsep dan keputusan dewan syariah Nasional Nomor 01/dsn-mui/x/2013 tentang kebolehan percepatan pembayaran oleh nasabah kepada bank dan kemungkinan memperoleh potongan dari kewajiban pembayaran.
3.	Rinda Lamumba (Skripsi/Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya Tahun 2019)	Implementasi Akad <i>Musyarakah Mutanaqishah</i> Pada Produk Ghiya IB Hasanah di BNI Syariah Cabang Palangkaraya	Pembiayaan <i>Musyarakah Mutanaqishah</i> di BNI Syariah Cabang Palangkaraya Menggunakan Prinsip 5C yaitu <i>Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition</i> yang digunakan pihak BNI Syariah untuk membutuhkan rasa kepercayaan dan keamanan bersama antara pihak Bank dan

			nasabah pembiayaan.
4.	Putri Dona Balgis Universitas Padjajaran (Jurnal, Ekonomi Syariah Indonesia, Vol VII, No.1 Tahun 2017)	Akad <i>Musyarakah</i> <i>Mutanaqishah</i> Inovasi Baru Produk Pembiayaan Bank Syariah	Bank Syariah menawarkan produk pembiayaan dengan produk <i>Musyarakah</i> <i>Mutanaqishah</i> kontrak. Adalah Bank Muamalat, Maybank Syariah, Panin Bank Syariah, dan Bank Mega Syariah.
5.	Sayyidah Nuzulul (Skripsi/ Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Tahun 2015)	Praktek Pembiayaan Hunian Syariah Antara Akad <i>Murabahah</i> dan akad <i>Musyarakah</i> <i>Mutanaqishah</i> di Bank Muamalat Cabang Malang	Pembiayaan <i>Murabahah</i> , yakni pihak bank membeli rumah yang diperlukan nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah sebesar harga beli ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati oleh bank dan nasabah. Sedangkan pembiayaan <i>Musyarakah</i> <i>Mutanaqishah</i> atau bisa disingkat dengan akad MMQ pada Bank Muamalat ini merupakan produk pembiayaan dengan sistem pengurangan porsi kepemilikan dari salah satu mitra lainnya akibat pembelian porsi <i>syarik</i> secara bertahap.
6.	Teo Bagus Pratama	Analisis SWOT Terhadap	Strategi pemasaran khususnya pemasaran

	(SKRIPSI/Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Tahun 2016)	Pemasaran Produk Pembiayaan <i>Musyarakah</i> Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) al-Aqobah Pusri Palembang	produk tabungan yang diterapkan oleh BMT al-Aqobah Palembang meliputi beberapa Strategi, yakni jemput bola, membangun jaringan, memberikan service <i>excellent</i> , dan memberikan fasilitas yang memuaskan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, sehingga nasabah yang ada tidak akan lari dari bank. Dan hasil Analisis SWOT menyebutkan bahwa BMT Al-Aqobah Palembang sudah bisa berani bersaing di pasar pesaing yang kompetitif.
--	---	---	--

Perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. Perbedaan peneliti Hidayatullah Jamani dengan peneliti ini adalah Hidayatullah Jamani membahas tentang Implementasi Konversi Akad *Murabahah* kepada Akad *Musyarakah Mutanaqishah*. Sedangkan peneliti membahas tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Kemudian terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu membahas pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*.
2. Perbedaan peneliti Suraya Murcitaningrum dengan peneliti ini adalah suraya Murcitaningrum Percepatan Pelunasan *Musyarakah*

Mutanaqishah KPR di Bank Muamalat KCP Kota Metro. Sedangkan peneliti membahas Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Persamaan dalam peneliti ini adalah sama-sama membahas *Musyarakah Mutanaqishah*.

3. Perbedaan Rinda Lamumba dengan penelitian ini adalah Rinda Lamumba membahas tentang Implementasi Akad *Musyarakah Mutanaqishah* Pada Produk Ghiya IB Hasanah di BNI Syariah Cabang Palangkaraya. Sedangkan peneliti membahas tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Persamaan dalam peneliti adalah sama-sama membahas tentang *Musyarakah Mutanaqishah*.
4. Perbedaan peneliti Putri Dona Balgis dengan peneliti ini adalah peneliti Putri Dona Balgis membahas Akad *Musyarakah Mutanaqishah* Inovasi Baru Produk Pembiayaan Bank Syariah. Sedangkan peneliti membahas tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*. Persamaan dalam peneliti ini adalah sama-sama melakukan penelitian pada Bank Syariah.
5. Perbedaan peneliti Sayyidah Nuzulul dengan peneliti ini adalah peneliti Sayyidah Nuzulul membahas tentang Praktek Pembiayaan Huniah Syariah Antara Akad *Murabahah* dan akad *Musyarakah Mutanaqishah* di Bank Muamalat Cabang Malang. Sedangkan peneliti membahas tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah*

Mutanaqishah Pada PT Bank Syariah KCP Gunung Tua. Persamaan nya sama-sama membahas tentang *Musyarakah Mutanaqishah*.

6. Perbedaan peneliti Teo Bagus Pratama dengan peneliti ini adalah Teo Bagus Prtama membahas tentang Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Produk Pembiayaan *Musyarakah* Pada Baitu Maal Wat Tamwil (BMT) al-Aqobah Pusri Palembang. Sedangkan peneliti membahas tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tu. Kemudian terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu membahas tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan.

Berdasarkan penjelasan persamaan dan perbedaan seperti yang telah dijelaskan di atas dapat dipahami bahwa penelitian ini tidak sama dengan penelitian terdahulu.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua yang beralamat di Jl. Sisingamangaraja No. 234 LK I Pasar Gunung Tua, Kelurahan Pasar Gunung Tua, Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara, Provinsi Sumatra Utara, kode pos 22753.

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Juni 2021 sampai dengan bulan September 2021. Alasan mengapa PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dijadikan sebagai objek penelitian karena PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua merupakan satu-satunya Bank Syariah Indonesia yang ada di Gunung Tua. PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua telah menerapkan Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* sebagai salah satu syarat pemberian pembiayaan kepada calon nasabah. Adapun alasan peneliti memilih judul ini dimana peneliti menemukan fenomena yaitu tidak semua nasabah dan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua mau menggunakan produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* atau produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah).

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan. Dimana hasil penelitian berdasarkan hasil dari lapangan.³² Penelitian lapangan pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistik apa yang tengah terjadi pada suatu saat ditengah masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.³³ Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang hanya menggambarkan keadaan dari objek yang akan diteliti sehubungan permasalahan objek yang akan dibahas.

Adapun metode deskriptif adalah penelitian yang mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku di masyarakat serta situasi-situasi termasuk tentang hubungan-hubungan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh suatu fenomena.

³² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012), hlm. 49.

³³ Aji Damanuri, *Metode Penelitian Muamalah* (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2010), hlm. 6.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang menjadi pemusatan pada kegiatan penelitian, atau dengan kata lain segala sesuatu yang menjadi sasaran penelitian. Sedangkan subjek penelitian menurut Arikunto merupakan sesuatu yang sangat penting didalam suatu penelitian, subjek penelitian berupa benda, hal atau orang.³⁴

Adapun Responden beserta karakteristik respondennya dalam penelitian ini adalah Bank dan Nasabah orang-orang yang berhubungan langsung dengan permasalahan di dalam penelitian.

- a. Subjek Penelitian Bank yang Berhubungan dengan Pembiayaan

Musyarakah Mutanaqishah

Tabel 3
Karakteristik Responden Beserta Jabatan

NO	Nama	Jabatan
1	Husni Ardiansyah Tanjung	Branch Operation & Service Manager
2	Muhammad Ridwan	Micro Banking Manager
3	Siti Aziza Resni Manurung	Customer Service

- b. Subjek Penelitian Nasabah yang Menggunakan Produk KPR

Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*

Tabel 4
Karakteristik Responden Beserta Usia

NO	Nama	Alamat	Usia
1	Nurhamida	Desa Huta Lombang	43 Tahun
2	Andi Harahap	Desa Hajoran	45 Tahun
3	Roslina Siregar	Desa Aek Haruaya	60 Tahun

³⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2002), hlm. 42.

D. Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya. Dalam penelitian ini sumber utama adalah PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dan nasabah bank tersebut.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Pada data sekunder, data-data diperoleh dari linetur-linetur atau bacaan yang relevan dengan penelitian ini. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara langsung sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.³⁵ melalui observasi sebagai alat pengumpulan data secara sistematis bukan observasi sambil-sambilan atau secara kebetulan saja.

Observasi ini diusahakan mengamati keadaan yang wajar dan yang sebenarnya tanpa usaha yang di sengaja untuk mempengaruhi,

³⁵ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 87.

mengatur atau memanipulasikan. Metode observasi yang peneliti lakukan disini dalam penelitian melihat langsung tempat, fasilitas, dan lainnya yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua . Hal ini mengetahui secara langsung penerapan pihak bank dalam menganalisis pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* kepada nasabah. Metode observasi adalah pengumpulan yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data tersebut dapat diamati oleh peneliti.

b. Wawancara

Merupakan pengumpulan data dengan cara tanya jawab antara informasi dengan penelitian, Menurut Bogdan dan Biklen wawancara adalah percakapan yang bertujuan, biasanya antara dua orang (tetapi kadang-kadang lebih) yang diarahkan oleh salah seorang dengan maksud memperoleh keterangan. Inti dari metode wawancara ini bahwa di setiap penggunaan metode ini selalu ada beberapa pewawancara, responden, materi wawancara, dan pedoman wawancara. Pewawancara adalah orang yang menggunakan metode wawancara sekaligus dia bertindak sebagai pemimpin dalam proses wawancara tersebut.³⁶ Dia berhak menentukan materi yang akan di wawancarai serta kapan wawancara akan dimulai dan diakhiri. Akan tetapi kadang kala responden pun menentukan perannya dalam hal kesepakatan mengenai kapan waktu wawancara dilaksanakan.

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2006), hlm. 229.

Responden adalah orang yang di wawancarai, diminta informasi oleh pewawancara, ia diperkirakan menguasai data ataupun fakta dari suatu objek penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan dokumen-dokumen atau mencatat semua fenomena yang masih aktual yang sesuai dengan penelitian. Dokumentasi dapat berupa dokumen yang berisi informasi mengenai lokasi penelitian, surat, foto, dan catatan. Hal ini merupakan bukti otentik penelitian telah dilaksanakan dilapangan sehingga data tidak diragukan kebenarannya.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilakukan dalam bentuk analisis kualitatif dengan metode deskriptif. Analisis secara kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pengabstraksian, dan pentrasformasian data kasar dari lapangan. Pada penelitian ini, peneliti lebih menfokuskan pada alasan Bank Syariah Indonesia Gunung Tua membuka produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*, bentuk usaha yang dibiayai, pemasaran pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*, dan strategi mengantisipasi kerugiannya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan untuk memahami tentang alasan Bank Syariah Indonesia Gunung Tua membuka produk pembiayaan *Musarakah Mutanaqishah*, bentuk usaha yang dibiayai, pemasaran pembiayaan *Musarakah Mutanaqishah*, dan strategi mengantisipasi kerugiannya.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data (*Conclusion/Verification*)

Penarikan kesimpulan merupakan bagian akhir dari teknik analisis data yang peneliti gunakan untuk menyimpulkan semua informasi yang telah didapat untuk diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Adapun hal-hal yang harus dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang akurat adalah sebagai berikut:

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Keikutsertaan peneliti sangat menemukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan

perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.³⁷

b. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan bertujuan menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut. Dengan kata lain ketekunan pengamatan menyediakan kedalaman bahasan.³⁸

c. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk diperlukan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi merupakan pencarian dengan cepat pengujian data yang sudah ada dalam memperkuat tafsiran dan meningkatkan kebijakan serta program yang berbasis pada bukti yang telah tersedia.

d. Pemeriksaan Sejawat Melalui Diskusi (*Peer Debriefing*)

Teknik ini dilakukan dalam bentuk diskusi analitik dengan rekan-rekan sejawat. Tujuan dari teknik ini adalah untuk membuat agar peneliti tetap mempertahankan sikap terbuka dan kejujuran.

³⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 175.

³⁸ Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 160.

e. Kecukupan Referensial

Kecukupan referensial digunakan sebagai alat untuk menampung dan menyelesaikan dengan kritik tertulis untuk keperluan evaluasi. Bahan-bahan yang tercatat atau terekam dapat digunakan sebagai patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis dan penafsiran data.³⁹

³⁹ Rahmat, *Statistika Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 150.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum tentang Bank Syariah Indonesia

1. Sejarah berdirinya Bank Syariah Indonesia

Situasi kehadiran Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menemukan beragam dampak negatif yang sangat hebat di seluruh kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi ekonomi yang krisis, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis moneter yang luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.⁴⁰

PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari tersebut dengan *merger* beberapa Bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat Bank (Bank Dagang Negara, Bank

⁴⁰<https://www.mandirisyahiah.co.id/tentang-kami/sejarah>, diakses pada 21 Mei 2020, pukul 21:10 WIB

Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu Bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang Bank Umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BINO.1/24/\ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui

Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Gunung Tua pertama kali berdiri pada tahun 2010.

Proses bergantinya Bank Syariah Mandiri menjadi Bank Syariah Indonesia pada tahun 2016, Otoritas jasa keuangan menyiapkan peta jalan atau roadmap pengembangan keuangan syariah. Pada tahun 2019, Otoritas jasa keuangan atau OJK mendorong bank syariah dan unit usaha syariah milik pemerintah berkonsolidasi atau merger perbankan. Di antaranya PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Pada tanggal 2 Juli 2020, Menteri Badan Usaha Milik Negara Erick Thohir berencana menggabungkan bank syariah BUMN yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah, dan Mandiri Syariah.

Pada bulan Oktober 2020, Pemerintah secara resmi mengumumkan rencana merger bank syariah dari tiga bank Himbara yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah. Pada tanggal 11 Desember 2020, Konsolidasi bank syariah Himbara menetapkan nama perusahaan hasil merger menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Pada tanggal 27 Januari 2021, OJK secara resmi mengeluarkan izin merger usaha tiga bank syariah. Surat itu terbit dengan Nomor

SR03/PB.1/2021. Pada tanggal 1 Februari 2021, Presiden Jokowi meresmikan PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau Bank Syariah Indonesia (BSI).⁴¹

a. Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua merupakan badan usaha yang bergerak dibidang jasa keuangan kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) menganut prinsip-prinsip syariah dan prinsip operasional bank syariah sebagai berikut:

1) Prinsip PT. Bank Syariah Indonesia

Adapun prinsip PT. Bank Syariah Indonesia sebagai berikut :

- a) Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang berkaitan dengan usaha.
- b) Bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

2) Prinsip Operasional PT. Bank Syariah Indonesia

Adapun prinsip Operasional PT. Bank Syariah Indonesia sebagai berikut:

- a) Prinsip Keadilan

⁴¹ <https://indonesia.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia>, diakses pada tanggal 01 Februari 2021 pukul 13.00.

- b) Prinsip Keterbukaan
 - c) Prinsip Kemitraan
 - d) Univerealitas
- b. Sturuktur Organisasi

Struktur organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, Manajemen PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua melakukan restrukturisasi, tujuan untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien.

3). Profil Lembaga

Adapun profil PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua:⁴²

Nama : PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua
 Alamat : Jln. SM. Raja No. 234
 Telepon : (0635) 510919
 Faksimile : (0635) 210929
 Website : www.syariahindonesia.co.id

Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi : “ Bank Syariah terdepan dan Modren”

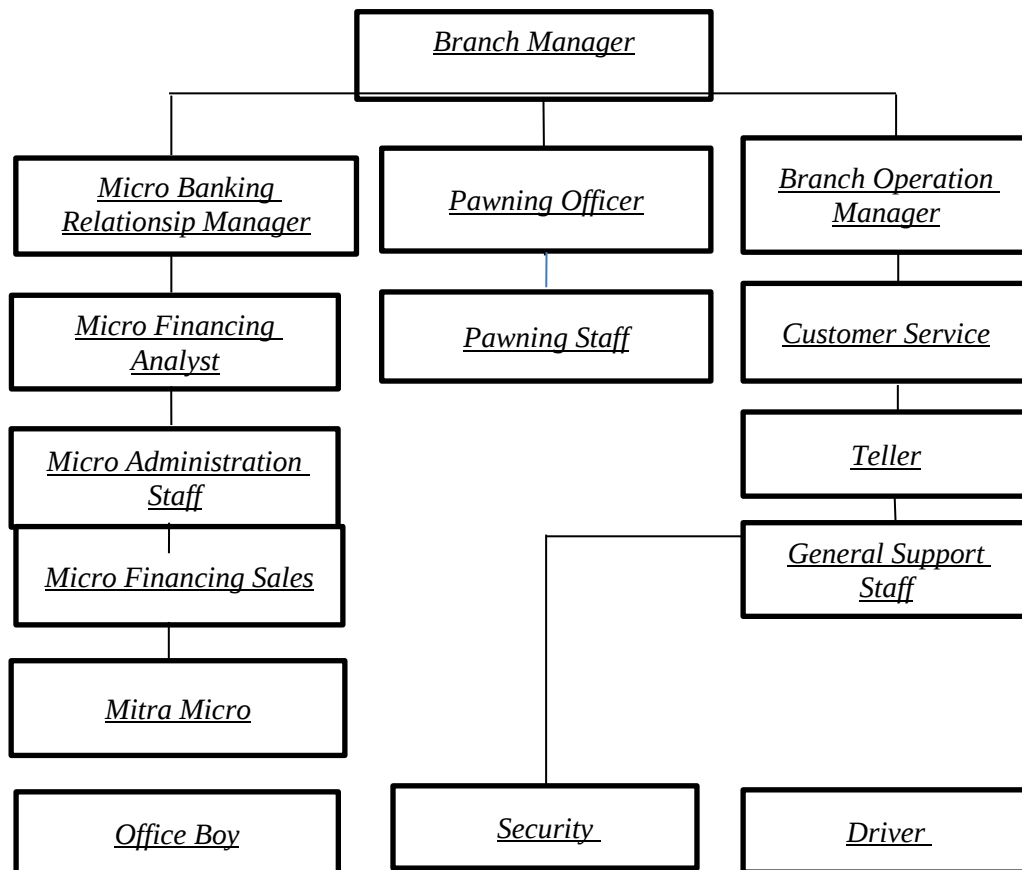
Misi :

- a. Meningkatkan layanan berbasis teknologi dan kualitas produk yang melampaui harapan nasabah.
- b. Mewujudkan keuntungan dan pertumbuhan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- c. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai Islam.
- d. Mengutamakan penyaluran pembiayaan dan penghimpunan dana murah.
- e. Mengembangkan Manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat.⁴³

⁴² Buku Pedoman PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Gunung Tua

Struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut:

Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua



Sumber: PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua

Adapun jumlah tenaga kerja pada PT. Bank Syariah Indonesia, KCP.

Gunung Tua yaitu :⁴⁴

- | | |
|--|-----------------------------|
| 1. <i>Branch Manager</i> | : Catur Wiyono |
| 2. <i>Branch Operation & Service Manager</i> | : Husni Ardiansyah Tanjung |
| 3. <i>General Support Staff</i> | : Eva Handayani |
| 4. <i>Customer Service</i> | : Siti Azizh Resni Manurung |
| 5. <i>Teller</i> | : Herawati Siregar |
| 6. <i>Micro Banking Manager</i> | : Muhammad Ridwan |
| 7. <i>Micro Administrasi</i> | : Jumiati Siregar |
| 8. <i>Micro Financing Analyst</i> | : Amir Hamzah Harahap |
| 9. <i>Mitra Micro</i> | : Sayuti Hasibuan |
| 10. <i>Micro Financing Sales</i> | : Andi Pratama Purba |
| | : Nazaruddin Nasution |
| | : Marta Yudi |
| 11. <i>Pawning Officer</i> | : Maskayani Purba |
| 12. <i>PMS (Pelaksana Marketing Support)</i> | |
| 13. <i>Jr. CBRM</i> | : Riza Alfiandi |
| 14. <i>Sales Force</i> | : Ibrahim Saputra |
| 15. <i>Driver</i> | : Ridwan Dedi Saputra |
| 16. <i>OB (Office Boy)</i> | : Putra Mulia Lubis |
| 17. <i>Security</i> | : Rizki Arianzah Nasution |

⁴⁴Buku Pedoman PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gunung Tua.

2. Produk-Produk Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua⁴⁵

a. Pendanaan

Produk tabungan Bank Syariah Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu *Mudharabah Muthlaqah* dan *Wadi'ah yad dhamamah*.

1) Tabungan Bank Syariah Indonesia

Tabungan BSI adalah simpanan dalam valuta rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka (menggunakan prinsip *mudharabah muthlaqah*).

2) Tabungan Mabror

Tabungan mabror adalah simpanan dalam valuta rupiah yang bertujuan membantu masyarakat muslim dalam merencanakan ibadah haji dan umrah (menggunakan prinsip *mudharabah muthlaqah*).

3) Tabungan Mabror Junior

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah khusus untuk usia dibawah 17 tahun (akad *mudharabah muthlaqah*).

4) Tabungan Investa Cendikia

Tabungan investa cendikia adalah simpanan berjangka dalam valuta rupiah dengan jumlah setoran bulanan tetap yang disertai pemberian manfaat asuransi (menggunakan prinsip *mudharabah muthlaqah*).

⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Sayuti Hasibuan, sebagai Mitra *Micro*, PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 23 Agustus 2021.

5) Tabungan Berencana

Tabungan berencana adalah simpanan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjengjang serta kepastian bagi penabung maupun ahli waris untuk memperoleh dananya sesuai target pada waktu yang diinginkan (menggunakan prinsip *mudharabah muthlaqah*).

6) Tabunganku

Tabunganku untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (prinsip *wadi'ah yad dhammah*).

7) Giro BSI

Giro Syariah Indonesia adalah sarana penyimpanan dana yang disediakan bagi nasabah dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamamah*. Prinsip dana giro nasabah diperlakukan sebagai titipan yang dijaga keamanan dan ketersediaannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi usaha (menggunakan prinsip *wadi'ah yad dhammah*).

8) BSI Giro Valas

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamamah*.

9) BSI Giro Euro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamamah*.

10) Deposito BSI

Deposito Syariah Indonesia adalah produk investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *muthlaqah*.

11) Tabungan Simpatik

Tabungan simpatik adalah tabungan dalam valuta rupiah yang dikhususkan bagi pelajar.

12) BSI Tabungan Dollar

Tabungan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSI (prinsip *wadi'ah yad dhammah*).

b. Pembiayaan

Kegiatan pembiayaan yang dijalankan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua terdiri dari:⁴⁶

⁴⁶ Wawancara dengan Bapak Muhammad Ridwan, sebagai *Micro Banking Manager* PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 30 Agustus 2021.

1) *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* adalah pembiayaan dimana seluruh modal kerja sama yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

2) *Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* adalah pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank maupun bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati. Salah satu produk dari *musyarakah* BSI MMOB Dana Putar Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja sementara dan bukan untuk *Permanent Working Capital*. Bersifat *Self Liquidating* seiring dengan menurunnya aktivitas bisnis pada periode terkait.

3) *Murabahah*

Pembiayaan *Murabahah* adalah pembiayaan yang menggunakan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati. Salah satu produk *murabahah* yaitu BSI Oto yang memberikan kemudahan kepada nasabah untuk memiliki kepemilikan kendaraan roda empat baik baru maupun bekas dengan sistem *murabahah*.

4) BSI Griya

Memberikan kemudahan kepada nasabah untuk memiliki rumah idaman sesuai dengan prinsip syariah.

5) BSI Warung Mikro

Terdiri dari:

- a) Pembiayaan usaha mikro tunas
- b) Pembiayaan usaha mikro madya
- c) Pembiayaan usaha mikro utama

6) Gadai Emas Syariah

Gadai emas Syariah Indonesia adalah pinjaman kepada perorangan dengan jaminan emas atau barang.

a. Produk Investasi

Kegiatan jasa yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua terdiri dari:

1) Reksadana Syariah

Wadah untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi bentuk hukum reksadana yang dipasarkan melalui BSI adalah kontrak investasi kolektif.

2) BSI Card

Sebagai kartu ATM, kartu debit, dan kartu diskon. Jenis transaksi berupa tarik tunai, transfer antar rekening BSI dan antar bank, pembayaran dan pembelian dan belanja.

3) BSI Mobile Banking

Layanan transaksi perbankan melalui mobile banking (*Handphone*).

4) BSI Call 14040

Layanan perbankan melalui telepon dengan nomor akses 14040 atau 021 2953 4040, yang dapat digunakan oleh nasabah untuk mendapatkan layanan informasi produk, jasa, cek saldo, mutasi rekening, menyampaikan keluhan dan informasi lainnya.

5) BSI Notifikasi

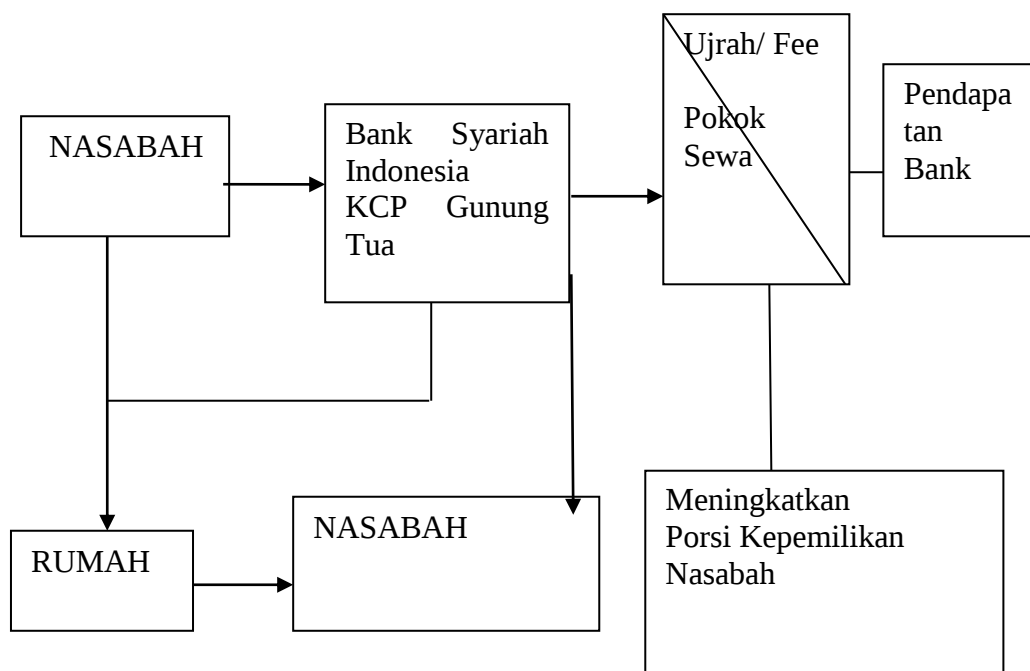
Layanan untuk memberikan informasi segera dari setiap mutasi transaksi nasabah sesuai dengan jenis transaksi yang didaftarkan oleh nasabah yang dikirimkan melalui media sms atau email.

6) Layanan ATM

Layanan perbankan berupa mesin anjungan tunai Indonesia yang dimiliki oleh BSI dimana dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi tunai maupun non tunai, BSI ATM juga dapat digunakan untuk nasabah dari bank anggota bersama, prima dan Bancard.

3. Mekanisme Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*

Skema
Mekanisme Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*
Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua



Keterangan :

- a. Nasabah mengajukan permohonan KPR dengan akad *Musyarakah Mutanaqishah* ke Bank.

- b. *Syirkah* atas porsi kepemilikan rumah antara porsi Bank dengan porsi Nasabah.
- c. Rumah (yang menjadi porsi Bank) disewakan dalam hal ini kepada nasabah.
- d. Nasabah membayar kewajiban atau angsuran kepada Bank terdiri dari pembayaran pokok sewa untuk membeli secara bertahap porsi kepemilikan Bank dan pembayaran *Ujarah*.
- e. Pembagian pembayaran angsuran nasabah sebagai berikut:⁴⁷

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Terhadap Pembiayaan *Musarakah Mutanaqishah* dengan Menggunakan Analisis SWOT

Kegiatan pemasaran, selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit, maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kegiatan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya untuk menarik minat nasabah.

Dalam menawarkan produk pembiayaan *Musarakah Mutanaqishah* pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

⁴⁷ *Ibid.*

mempunyai strategi pemasaran khusus dalam mencari dan mengumpulkan nasabah. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan bank yaitu Bapak Husni Ardiansyah Tanjung selaku *Branch Operation & Service Manager*, beliau menjelaskan bahwa strategi yang digunakan untuk pemasaran produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu:⁴⁸

a. Strategi Produk

Produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* adalah salah satu produk pembiayaan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, seperti yang dikatakan oleh Ibu Nurhamida salah satu nasabah produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah), beliau dan bank sudah sepakat dalam pembayaran rumah, dimana beliau membayar 20% dari harga rumah sedangkan pihak bank 80%. Kemudian rumah tersebut akan disewakan kepada beliau. Karena bank mempunyai porsi pembayaran rumah lebih besar, hak kepemilikan rumah akan terlihat seperti masih milik bank. Oleh karena itu, beliau menempati rumah tersebut dengan status sewa. Kegiatan sewa rumah yang beliau lakukan adalah untuk melunasi cicilan yang telah dibayarkan oleh bank. Jadi, biaya sewa tersebut sama saja seperti beliau membayar biaya cicilan KPR. Beliau membeli rumah dengan harga Rp 300.000.000. apabila kesepakatannya 20% dan 80%, maka bank akan membayar sekitar Rp

⁴⁸ Wawancara dengan Bapak Husni Ardiansyah Tanjung, sebagai *Branch Operation & Service Manager* PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 30 Agustus 2021.

240.000.000. sehingga produk ini kurang diminati oleh masyarakat dan juga budaya pikir masyarakat yang berbeda dan berpikir jika saya mempunyai uang kenapa saya tidak membangun rumah sendiri. Sehingga Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua melakukan pemasaran untuk memberikan pengetahuan lebih mendalam kepada para nasabah dan calon nasabah tentang keunggulan yang dimiliki oleh produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*.⁴⁹

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Andi Harahap awalnya dia kurang berminat dengan produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* tetapi setelah mengetahui keunggulan produk tersebut dan mengetahui salah satu karyawan di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua ada yang memakai produk pembiayaan tersebut dan menerangkan keuntungan apa saja yang kita peroleh apabila melakukan pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* (MMQ) dan terbukti setelah Bapak Andi Harahap menjadi nasabah produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* dia merasa sangat menguntungkan, karena walaupun dia menggunakan KPR (Kredit Pemilikan Rumah).⁵⁰

Sedangkan strategi produk yang digunakan adalah strategi terpusat yaitu strategi yang diturunkan ke kantor cabang kemudian ke kantor unit. Kelebihan dari produk pembiayaan *musyarakah*

⁴⁹ Wawancara dengan Ibu Nurhamida, *Nasabah Musyarakah Mutanaqishah*, Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 1 September 2021.

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Andi Harahap, *Nasabah Musyarakah Mutanaqishah*, Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 1 september 2021.

mutanaqishah adalah kedua belah pihak memiliki hak kepemilikan. Kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dari aset yang memiliki profit. Dan kedua belah pihak bekerjasama dalam menentukan harga aset jika disewakan.

b. Strategi Harga

Produk pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua seperti yang dikatakan Bapak Husni Ardiansyah Tanjung harga dari produk pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* langsung dari kantor pusat untuk saat ini harga produk pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* saat terjadinya produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah) seharga Rp 300.000.000. apabila kesepakatannya 20% dan 80%, maka bank akan membayar sekitar Rp 240.000.000. dana milik nasabah dan bank akan dikumpulkan untuk membeli rumah tersebut. Setelah, rumah tersebut disewakan dengan harga sewa yang disepakati sekitar Rp 60.000.000. per bulan selama masa jangka waktu tertentu. Misalnya 10 tahun, nasabah harus membayar biaya sewa sebesar Rp 60.000.000. per bulan. Namun, ada satu hal yang harus diperhatikan. Biasanya, pihak bank akan menambah biaya keuntungan bank pada biaya sewa rumah per bulannya. Sehingga, harga sewa tersebut masih bisa bertambah.⁵¹

Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua tidak pernah menaikkan atau menurunkan harga produk tersebut, karena harga

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Husni Ardiansyah Tanjung, sebagai *Branch Operation & Service Manager* PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 30 Agustus 2021.

produk itu sendiri langsung dari kantor pusat yang memiliki produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* tersebut. Tidak ada strategi khusus dalam menetapkan harga, karena harga sudah ditetapkan dari kantor pusat. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga juga masih menggunakan strategi pemasaran terpusat.

Bank hanya memberikan biaya administrasi saja terhadap produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Rosliana Siregar bahwa strategi harga produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* tergolong murah karena hanya membayar biaya administrasi saja sebesar Rp 450.000. berdeda dengan produk lain memiliki proses yang rumit. Bahkan jika dia adalah *Costumer* diberikan gratis biaya administrasi.

Ibu Nurhamida mengatakan untuk biaya administrasi saja sebesar Rp 450.000. lumayan mahal dikarenakan berbeda dengan produk lain yang tidak mencapai harga sebesar itu. Tetapi harga biaya administrasi tersebut dari kantor pusat sendiri yang memiliki produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*.⁵²

c. Strategi Lokasi

Lokasi yang dimaksud adalah tempat dimana diperjual belikan suatu produk Bank maupun lembaga keuangan, dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pemantu dan lain-lain. Penentuan lokasi suatu cabang

⁵² Wawancara dengan Ibu Nurhamida, *Nasabah Musyarakah Mutanaqishah*, Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 1 September 2021

merupakan salah satu kemajuan yang sangat penting. Lokasi yang strategi sangat memudahkan masyarakat dan nasabah dalam berurusan dengan suatu lembaga keuangan.

Menurut keterangan Bapak Sayuti Hasibuan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yang berada di Jln. Sisingamangaraja No. 234 LK 1 Pasar Gunung Tua, Kelurahan Pasar Gunung Tua, Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara, Provinsi Sumatra Utara, Kode Pos 22753. Maksudnya berada di tempat lalu lintas pembayaran selain dekat dengan pasar yang cukup ramai juga sangat strategis karena dilewati dengan jalur angkutan umum yang memudahkan masyarakat atau nasabah untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yang berada di Jln. Sisingamangaraja No. 123 LK 1 Pasar Gunung Tua. Lokasi bank ini sangat strategis karena tersedia sarana transportasi, dekat dengan lokasi pasar. Lokasi ini memudahkan oleh pihak bank untuk mensosialisasikan dan memasarkan produknya sehingga masyarakat bisa mengetahui keberadaan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.⁵³

⁵³ Wawancara dengan Bapak Sayuti Hasibuan, Sebagai *Mitra Micro*, pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 1 september 2021

Ibu Nurhamida berpendapat lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sudah cocok bagi nasabah karena dekat dengan pasar sehingga yang tidak memiliki kendaraan pada saat di pasar kehabisan uang bisa mengambil uang tunai ke ATM Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dengan berjalan kaki ataupun memakai kendaraan. Jadi lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sudah cocok berada di tempat lokasinya yang sekarang.⁵⁴

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang sama pentingnya produk, harga, lokasi. Dalam hal ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik minat dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan adanya promosi adalah menginformasikan jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua adalah menawarkan keseluruhan nasabah dengan memberikan harga lebih murah dari pada seluruh pembiayaan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Serta menawarkannya ke nasabah-nasabah yang memiliki pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* ataupun kepada nasabah-nasabah besar

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Nurhamida, *Nasabah Musyarakah Mutanaqishah*, Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 1 September 2021.

yang belum menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua diperkirakan oleh marketing bahwa nasabah tersebut memiliki kebutuhan pembiayaan tapi memerlukan juga proses yang cepat dan prinsip cepat tepat dan harga yang lebih rendah. Dalam praktiknya promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua:

a) Periklanan

Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, koran, majalah, televise atau radio atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam brosur. Dalam hal ini Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua menggunakan brosur sebagai media periklanan.

Ibu Rosliana Siregar mengatakan menurutnya periklanan dengan hanya menggunakan brosur saja sangat disayangkan sekali dikarenakan produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* yang begitu menguntungkan bagi nasabah seharusnya tidak hanya memakai brosur saja bisa dengan media elektronik lain seperti radio dan televise.⁵⁵

⁵⁵ Wawancara dengan Ibu Rosliana Siregar, *Nasabah Musyarakah Mutanaqishah*, Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 2 September 2021.

b) Promosi Penjualan

Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada potongan waktu terhadap barang-barang tertentu pula. Promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yaitu memberikan program gratis biaya administrasi pada konsumen untuk melakukan pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*. Tetapi program gratis biaya administrasi ini tidak selalu ada tiap tahun masih temporal yaitu menunggu kapan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Pusat mengeluarkan program gratis ongkir untuk biaya administrasi produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*.

Ibu Nurmaida mengatakan senang sekali pada saat dia mengajukan pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* dia mendapatkan program gratis biaya administrasi, berbeda dengan Bapak Andi Harahap yang pada saat mengajukan pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* sangat disayangkan program gratis biaya administrasi sedang tidak ada.

e. *People*

Manusia memegang peran penting dalam praktik pemasaran, baik sebagai konsumen maupun produsen. Dalam hal ini Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dituntut untuk melakukan pelayanan dengan baik. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Roslana dalam praktiknya karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sudah

melakukan pelayanan dengan baik seperti bersikap sopan dan santun kepada nasabah, yang diharapkan nasabah betah dengan pelayanan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.⁵⁶

People atau sumber daya manusia yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dikatakan oleh Ibu Nurhamida memiliki sifat jujur dan bertanggung jawab, ramah kepada nasabah berperilaku baik dan menjaga hubungan baik sesama nasabah, masyarakat dan lingkungan sekitar.⁵⁷

f. *Proses*

Proses adalah bagian dari *marketing mix*, meliputi prosedur, mekanisme alur kegiatan dan pelayanan. Proses juga menunjukkan bagaimana produk dan jasa yang disajikan sampai pada penggunaan akhir. Seperti yang dikatakan Ibu Eva Handayani dalam melakukan pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dalam prosesnya meliputi prosedur yang mudah dan mekanisme yang cepat.⁵⁸

⁵⁶ Wawancara dengan Ibu Rosliana Siregar, *Nasabah Musyarakah Mutanaqishah*, PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 2 September 2021.

⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Nurhamida, *Nasabah Musyarakah Mutanaqishah*, PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 2 September 2021.

⁵⁸ Wawancara dengan Ibu Eva Handayani, selaku *General Support Staff*, PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 2 September 2021.

Teknik analisis SWOT ini ditetapkan untuk menentukan tujuan strategi pemasaran yang dapat digunakan sebelum menentukan tujuan-tujuan perusahaan. Untuk ini perusahaan menganalisis kekuatan dan kelemahan, kesempatan bisnis yang ada, serta hambatan yang mungkin timbul. Perencana strategi (*Strategi Planner*) suatu perusahaan harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) pada kondisi yang ada pada saat ini. Adapun analisis SWOT lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pihak kepala pemasaran adalah sebagai berikut:⁵⁹

a) Faktor Internal, yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan yang berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan

1) Kekuatan, terdiri dari:

Dalam hal penghimpunan dana, produk pembiayaan *Musarakah Mutanaqishah* merupakan produk unggulan yang dikeluarkan khusus untuk masyarakat.

- a) Memiliki *Brand Image* yang cukup kuat dipasarkan.
- b) Pelayanan yang cukup baik dan cepat.
- c) Adanya bonus berupa program berhadiah langsung khususnya produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah) memberikan keuntungan bagi nasabah untuk dapat menarik

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Husni Ardiansyah Tanjung, sebagai *Branch Operation & Service Manager* PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 30 Agustus 2021.

minat nasabah khususnya masyarakat agar tertarik produk yang ditawarkan bank, dalam hal ini PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua memberikan hadiah.

2) Kelemahan, terdiri dari:

- a) *Musyarakah mutanaqishah* (MMQ) adalah risiko terjadinya pelimpahan atas beban biaya transaksi dan pembayaran pajak, baik pajak atas hak tanggungan atau pajak atas bangunan, serta biaya-biaya lain yang mungkin dapat menjadi beban atas aset tersebut.
- b) *Musyarakah mutanaqishah* adalah berkurangnya pendapatan bank syariah atas margin sewa yang dibebankan pada aset yang menjadi objek akad.
- c) *Musyarakah mutanaqishah* adalah biaya yang timbul pada akad, sepenuhnya dibebankan kepada nasabah.

b) Faktor Eksternal, yang berasal dari luar lingkungan perusahaan yang berupa peluang dan ancaman:

1) Peluang, terdiri dari:

- a) *Musyarakah mutanaqishah* merupakan gabungan dari dua akad, yaitu *musyarakah* dan *ijarah*.
- b) *Musyarakah mutanaqishah* adalah bentuk inovasi produk perbankan syariah.
- c) Perkembangan investasi properti di Indonesia.
- d) Meningkatnya pertumbuhan KPR syariah.

2) Ancaman, terdiri dari:

- a) Dalam pembiayaan *musyarakah mutanaqishah*, status kepemilikan barang menjadi milik bersama antara pihak bank syariah dan nasabah.
- b) Praktek *musyarakah mutanaqishah* untuk pembiayaan barang terikat dengan peraturan atau regulasi yang berlaku.
- c) Proses pelaksanaan pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* yang dilaksanakan dengan cara mengangsur setiap bulan akan terkena risiko kredit.

Dilihat dari berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada maka PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dapat dilihat berdasarkan tabel Analisis SWOT sebagai berikut:⁶⁰

⁶⁰ Wawancara dengan Bapak Catur Wiyono, sebagai *Branch Manager* PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 31 Agustus 2021.

Tabel 5
Analisis SWOT Pada PT. Bank Syariah Indonesia
KCP Gunung Tua

	KEKUATAN	KELEMAHAN
F		
A		
K		
T		
O		
R		
I		
N		
T		
E		
R		
N		
A		
L		

F A K T O R E K S T E R N A L	PELUANG 1. <i>Musyarakah mutanaqishah</i> merupakan gabungan dari dua akad, yaitu <i>musyarakah</i> dan <i>ijarah</i>. 2. <i>Musyarakah mutanaqishah</i> adalah bentuk inovasi produk perbankan syariah. 3. Perkembangan investasi properti di Indonesia. 4. Meningkatnya pertumbuhan KPR syariah.	ANCAMAN 1. Dalam pembiayaan <i>musyarakah mutanaqishah</i>, status kepemilikan barang menjadi milik bersama antara pihak bank syariah dan nasabah. 2. Praktek <i>musyarakah mutanaqishah</i> untuk pembiayaan barang terikat dengan peraturan atau regulasi yang berlaku. 3. Proses pelaksanaan pembiayaan <i>musyarakah mutanaqishah</i> yang dilaksanakan dengan cara mengangsur setiap bulan akan terkena risiko kredit.
---	--	--

a. Formulasi Alternatif Strategi Analisis SWOT

Berdasarkan hasil EFAS dan IFAS maka PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dapat melakukan formulasi arah strategi dengan menggunakan matriks SWOT.

Tabel 6
Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
OPPORTUNITY (O) Faktor ancaman eksternal	STRATEGO (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Faktot ancaman eksternal	STRATEGI (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI (WT) Ciptakan strategi yang menimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

- a) Strategi SO (Strength-Opportunities) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesarbesarnya.
- b) Strategi ST (Strength-Threats) adalan strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c) Strategi WO (Weakness-Opportunities) strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

- d) Strategi WT (Weakness-Threats) strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Tabel 7
Analisis SWOT-Hubungan IFAS-EFAS *Musyarakah Mutanaqishah*

Faktor Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Dalam hal pengumpulan dana, produk pembiayaan <i>musyarakah mutanaqishah</i> merupakan produk unggulan yang dikeluarkan khusus untuk masyarakat. 2. Memiliki <i>Brand Image</i> yang cukup kuat dipasarkan. 3. Pelayanan yang cukup baik dan cepat. 4. Adanya bonus berupa program hadiah langsung khususnya produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah) memberikan keuntungan bagi nasabah untuk dapat menarik minat nasabah khususnya masyarakat agar	1. Risiko terjadinya pelimpahan atas beban biaya transaksi dan pembayaran pajak, baik pajak atas hak tanggungan atau pajak atas bangunan, serta biaya-biaya lain yang mungkin dapat menjadi beban atas aset tersebut. 2. Berkurangnya pendapatan bank syariah atas margin sewa yang dibebankan pada aset yang menjadi obyek akad. Cicilan di tahun-tahun pertama akan terasa begitu membebankan bagi nasabah, namun tahun-tahun berikutnya akan terasa ringan. 3. Biaya yang

	tertarik produk yang ditawarkan bank, dalam hal ini PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua memberikan hadiah.	timbul pada akad, sepenuhnya dibebankan kepada nasabah.
Opportunity (O) 1. <i>Musarakah mutanaqishah</i> merupakan gabungan dari dua akad, yaitu <i>musarakah</i> dan <i>ijarah</i>. 2. <i>Musarakah mutanaqishah</i> adalah bentuk inovasi produk perbankan syariah. 3. Perkembangan investasi properti di Indonesia. 4. Meningkatnya pertumbuhan KPR syariah.	Strategi (S+O) 1. Pengembangan fasilitas pelayanan yang mendorong penggunaan <i>musarakah mutanaqishah</i>. 2. Pengembangan <i>musarakah mutanaqishah</i> sebagai produk inovasi bank syariah sesuai dengan legalitas hukum yang ada. 3. Pengembangan pembayaran properti dan KPR syariah menggunakan metode <i>musarakah mutanaqishah</i> untuk pembayaran investasi properti untuk <i>financial cost</i> jika terjadi inflasi dan kenaikan suku bunga. 4. Pembuatan program untuk mendukung pengaplikasian <i>musarakah</i>	Strategi (W+O) 1. Melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan akad <i>musarakah mutanaqishah</i>. 2. Memperbaiki sistem akad <i>musarakah mutanaqishah</i> dengan inovasi-inovasi baru dan kebijakan. 3. Mengkaji ulang peraturan <i>musarakah mutanaqishah</i> untuk mendukung perkembangan investasi properti dan pertumbuhan KPR syariah.

	<i>mutanaqishah</i> sebagai metode pembayaran yang merupakan gabungan dua akad, yaitu <i>ijarah</i> dan <i>musyarakah</i>. 5. Mengfasilitasi nasabah untuk mengembangkan investasi property dengan pembiayaan yang bebas bunga.	
Threath (T) 1. Dalam pembiayaan <i>musyarakah mutanaqishah</i>, status kepemilikan barang masih menjadi milik bersama antara pihak bank syariah dan nasabah. 2. Praktek <i>musyarakah mutanaqishah</i> untuk pembiayaan barang terikat dengan peraturan atau regulasi yang berlaku. 3. Proses pelaksanaan pembiayaan <i>musyarakah mutanaqishah</i> yang dilakukan dengan cara	Strategi (S+T) 1. Memperkuat perjanjian kepemilikan barang untuk membina rasa saling percaya. 2. Menetapkan peraturan yang <i>fleksibel</i> untuk memberikan kenyamanan nasabah. 3. Melakukan komunikasi yang intensif antara pihak bank dan nasabah untuk perubahan-perubahan harga sewa dan waktu pembayaran.	Strategi (W+T) 1. Pelatihan dan pembinaan dalam bidang <i>musyarakah mutanaqishah</i>. 2. Merevisi peraturan dan kebijakan <i>musyarakah mutanaqishah</i>. 3. Menggunakan perjanjian antara bank dan nasabah dalam akad <i>musyarakah mutanaqishah</i>.

mengangsur setiap bulan akan terkena risiko kredit macet.		
---	--	--

Strategi ini berguna untuk lebih mengetahui apa yang ingin dicapai dalam tujuan bisnis yang telah ditetapkan.⁶¹ dan kesimpulan dari faktor eksternal dan internal tersebut di atas adalah :

a. Strategi kekuatan dan peluang (S+O)

Kekuatan dan peluang pengembangan fasilitas pelayanan dapat mendorong penggunaan *musyarakah mutanaqishah*, pengembangan *musyarakah mutanaqishah* (MMQ) sebagai produk inovasi bank syariah yang sesuai dengan legalitas hukum yang ada, pengembangan pembayaran investasi properti dan KPR syariah untuk mengurangi *financial cost* jika terjadi inflasi dan kenaikan suku bunga, pembuatan program pendukung mengaplikasikan *musyarakah mutanaqishah* sebagai metode pembiayaan yang merupakan gabungan dari dua akad, dan memberikan fasilitas kepada nasabah untuk mengembangkan investasi properti dengan pembiayaan yang bebas dari bunga.

b. Strategi kelemahan dan peluang (W+O)

Kelemahan dan peluang adalah melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan akad *musyarakah mutanaqishah*, memperbaiki sistem akad *musyarakah mutanaqishah* dengan inovasi-

⁶¹ Wawancara dengan Ibu Jumiati Siregar, sebagai *Micro Administrasi* PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 1 September 2021.

inovasi dan kebijakan baru, dan mengkaji ulang peraturan *musyarakah mutanaqishah* untuk mendukung perkembangan investasi properti dan pertumbuhan KPR syariah.

c. Staregi kekuatan dan ancaman (S+T)

Kekuatan dan ancaman adalah menguatkan perjanjian kepemilikan barang untuk membina rasa saling percaya antara pihak bank dan nasabah, dan melakukan komunikasi yang intensif antara pihak bank dan nasabah untuk perubahan-perubahan yang terjadi menyangkut harga sewa dan waktu pembayaran.

d. Strategi kelemahan dan ancaman (W+T)

Kelemahan dan ancaman adalah pelatihan dan pembinaan dalam bidang *musyarakah mutanaqishah*, merevitalisasi peraturan dan kebijakan *musyarakah mutanaqishah*, dan menguatkan perjanjian antara bank dan nasabah dalam akad *musyarakah mutanaqishah*.

Berdasarkan hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Teo Bagus Pratama yang berjudul Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) al-Aqobah Pusri Palembang yaitu strategi pemasaran khususnya pemasaran produk tabungan yang diterapkan oleh BMT al-Aqobah Palembang meliputi beberapa strategi, yakni jemput bola, membangun jaringan, memberikan service *excellent*, dan memberikan fasilitas yang memuaskan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, sehingga nasabah yang ada tidak akan lari dari bank. Dan hasil Analisis SWOT menyebutkan

bahwa BMT al-Aqobah Palembang sudah bisa beraing di pasar pesaing yang kompetitif.

2. Faktor-Faktor Yang Menjadi Kurangnya Minat Nasabah dalam Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

Diantara kendala-kendalanya yaitu kurangnya minat nasabah dalam melakukan pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Hal ini dibuktikan kurang berjalannya pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* (MMQ) dibandingkan dengan akad lainnya. Menurut hasil wawancara penelitian yaitu dikarenakan kendala dalam proses pembayaran pokok, *Hishah*, *Ujrah* dan proses pengajuan pembiayaan akad ini. Dan kurangnya sosialisasi kepada nasabah dalam penerapan akad ini, sehingga produk belum banyak dikenal. Kebanyakan nasabah menggunakan akad *murabahah* dalam melakukan pembiayaan dibandingkan dengan akad *musyarakah mutanaqishah*.⁶²

Adapun kendala lainnya dalam penerapan akad *musyarakah mutanaqishah* terdapat ketidak sesuaian mengenai kepemilikan aset dalam akad (MMQ). Kepemilikan aset langsung diatas namakan nasabah. Dalam fatwa DSN MUI poin 5 (lima) menegaskan bahwa setelah selesai pelunasan penjualan, seluruh *hisbah* LKS berahli kepada *syarik* lainnya (nasabah), berarti selama nasabah belum melunasi porsi kepemilikan bank maka kepemilikan aset tersebut masih atas nama bersama (bank dan nasabah).

⁶² Wawancara dengan Bapak Amir Hamzah Harahap. Sebagai *Micro Financing Analyst* PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, pada tanggal 1 September 2021.

Hal ini membuktikan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua terdapat ketidaksesuaian dengan ketentuan fatwa DSN MUI *musyarakah mutanaqishah*. Karena tidak melakukan pengalihan objek pembiayaan setelah nasabah melunasi seluruh porsi kepemilikan dari Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

Dalam hal ini pihak bank seharusnya harus mensosialisasikan penerapan akad *musyarakah mutanaqishah* kepada nasabah agar penerapan akad ini bisa berjalan dengan baik. Selain itu, kendala dalam sertifikat kepemilikan aset MMQ diatas namakan nasabah karena mempertimbangkan, di akhir akad aset tersebut akan menjadi milik nasabah, sehingga tidak akan memerlukan biaya dan menimalisir segala biaya baik nama terhadap aset diakhir akad nantinya. Akan tetapi tidak menjadikan keseluruhan objek pembiayaan secara mutlak menjadi milik nasabah, karena sesungguhnya hal itu adalah milik bersama antara bank dan nasabah berdasarkan akad *musyarakah mutanaqishah* yang telah disepakati. Hal ini dilakukan agar mempermudah proses hukum selanjutnya terhadap objek pembiayaan, misalnya sewa menyewa, jual beli dan sebagainya.

Dengan dibuatnya sertifikat aset atas nama nasabah ini maka juga terdapat ketentuan yang wajib dipatuhi nasabah. Salah satunya adalah penandatanganan surat pernyataan diatas materai yang mana akan menerangkan bahwa objek pembiayaan adalah milik bersama antara bank dan nasabah. Sehingga tidak ada hak untuk nasabah sewenang-wenangnya melakukan perbuatan hukum seperti pemindahan hak milik atas tanah dan bangunan yang bisa merugikan pihak bank.

Berikut margin pembiayaan pemilikan rumah di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua:

Tabel 8
Margin Pembiayaan KPR
PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

Tahun	Margin (%)
1-5 Tahun	12,25%
6-10 Tahun	13,25%
11-15 Tahun	14,25%

Dari data di atas, akseptasi pembiayaan, pihak bank hanya mengakseptasi pembiayaan sebesar 70% dari nilai total 100% harga rumah atau biaya renovasi yang diajukan oleh nasabah. Nasabah berkewajiban menyediakan dana sendiri sebesar 30% sebagai *self financing*. Hal ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa nasabah benar-benar mempunyai modal atau keinginan untuk pembelian rumah. Pembiayaan sebesar 70% dari Bank tersebut diberikan secara utuh tanpa adanya potongan apapun.

Jadi perhitungan adalah harga rumah Rp 100.000.000, kemudian Bank berkontribusi Rp 700.000 dan Nasabah Rp 300.000. karena kedua pihak (bank dan nasabah) telah berkongsi, bank memiliki 70% saham rumah, sedangkan nasabah memiliki 30% saham rumah. Kemudian sewa yang dibayarkan nasabah adalah Rp 1.000.000 per bulan, pada realisasinya Rp 700.000 akan menjadi milik bank dan Rp 300.000 merupakan bagian nasabah. Akan tetapi, karena nasabah ingin memiliki rumah tersebut uang sejumlah Rp 300.000 itu dijadikan sebagai pembelian saham dari porsi bank. Dengan demikian, saham nasabah setiap bulan akan semakin besar dan saham bank semakin mengecil. Pada akhirnya, nasabah memiliki 100% saham dan bank tidak memiliki saham atas rumah tersebut.

Berakhirnya pembiayaan KPR dengan akad *musyarakah mutanaqishah* pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua disebabkan berakhirnya jangka waktu akad, dan ketika berakhirnya akad, maka nasabah wajib mengembalikan seluruh kewajiban modal pembiayaan yang telah diberikan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua serta bagi hasil porsi Bank Syariah Indonesia pada periode terakhir saat pelunasan.⁶³

Berdasarkan hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Rinda Lamumba yang berjudul Implementasi Akad *musyarakah mutanaqishah* Pada Produk Ghiya IB Hasanah di BNI Syariah Cabang Palangkaraya yaitu pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* di BNI Syariah

⁶³ *Ibid.*

Cabang Palangkaraya menggunakan Prinsip 5C yaitu, *Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition* yang digunakan pihak BNI Syariah untuk membutuhkan rasa kepercayaan dan keamanan bersama antara pihak Bank dan Nasabah pembiayaan.

C. Analisis Penelitian

Analisis data dari penelitian ini adalah berdasarkan penelitian dan wawancara yang peneliti laksanakan pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua terhadap pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* dengan menggunakan analisis SWOT. Sebagai pemasaran menggunakan *marketing mix*, yaitu *produk, place, promotion, people*, dan *process*. Dari analisis SWOT berdasarkan Internal dan Eksternal. Dimana Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dengan menggunakan teknis analisis untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatanya yaitu menjalin kerja sama dengan Bank Syariah Indonesia lainnya menetapkan target pemasaran, dan meningkatkan kualitas pelayanan. Kelemahannya yaitu dengan melakukan jemput bola, meningkatkan loyalitas nasabah, dan peningkatan kualitas produk. Sedangkan peluangnya yaitu meliputi pangsa pasar, memperkuat kerja sama dengan koperasi meningkatkan hubungan dengan ulama, pemerintah, dan pengusaha. Dan ancamannya yaitu pelaksanaan peningkatan promosi melalui berbagai media dan menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Dan adanya tiga Faktor yang menjadi

kurangnya minat nasabah dalam pembiayaan *Mus;arakah Mutanaqishah*

Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yaitu :

1. Kurang berjalannya pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* (MMQ) dibandingkan dengan akad lainnya.
2. Kurangnya sosialisasi kepada nasabah dalam penerapan *musyarakah mutanaqishah* (MMQ).
3. Dalam penerapan akad *musyarakah mutanaqishah* terdapat ketidaksesuaian mengenai kepemilikan aset dalam akad *musyarakah mutanaqishah* (MMQ).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dengan menggunakan analisis SWOT, dan faktor-faktor apa saja yang menjadi kurangnya minat nasabah dalam pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi pemasaran menggunakan *marketing mix* yaitu *produk, price, place, promotion, people*, dan *process*. Untuk menganalisis strategi pemasaran agar lebih terarah. Dari analisis SWOT, berdasarkan Internal dan Eksternal yaitu:

SO: Mempertahankan kualitas produk, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah. Menjalin hubungan yang lebih baik pada setiap masyarakat.

WO: *Musyarakah mutanaqishah* (MMQ) adalah risiko terjadinya pelimpahan atas beban biaya transaksi dan pembayaran pajak, baik pajak atas hak tanggungan atau pajak atas bangunan, serta biaya-biaya lain yang mungkin dapat menjadi beban atas aset tersebut.

ST: *Musyarakah mutanaqishah* merupakan gabungan dari dua akad, yaitu *musyarakah* dan *ijarah*. Dan *musyarakah mutanaqishah* adalah bentuk inovasi produk perbankan syariah.

WT: Dalam pembiayaan *musyarakah mutanaqishah*, status kepemilikan barang menjadi milik bersama antara pihak bank syariah dan nasabah. Dan praktek *musyarakah mutanaqishah* untuk pembiayaan barang terikat dengan peraturan atau regulasi yang berlaku.

2. Faktor kurangnya minat nasabah dalam pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua
4. Kurang berjalannya pembiayaan *musyarakah mutanaqishah* (MMQ) dibandingkan dengan akad lainnya.
5. Kurangnya sosialisasi kepada nasabah dalam penerapan *musyarakah mutanaqishah* (MMQ).
6. Dalam penerapan akad *musyarakah mutanaqishah* terdapat ketidaksesuaian mengenai kepemilikan aset dalam akad *musyarakah mutanaqishah* (MMQ).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan saran sebagai uraian terakhir dari penelitian yaitu:

1. Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua harus lebih meningkatkan strategi-strategi dalam produk pembiayaan KPR dengan akad *musyarakah mutanaqishah* dalam menarik minat nasabah sehingga jumlah nasabah dari tahun ketahun akan lebih meningkat.
2. Pihak marketing pembiayaan harus lebih meningkatkan pemasaran mengenai akad *musyarakah mutanaqishah* dalam produk KPR sehingga nasabah mudah mendapatkan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.

Aji Damanuri, *Metode Penelitian Muamalah*, Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2010.

Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Media, 2016.

Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua*, Jakarta: Jakarta, 2017.

_____, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua*, Jakarta: Jakarta, 2017.

Fatwa DSN-MUI No.73/DSN-MUI/XI/2008 Tentang *Musyarakah Mutanaqisha*.

Ferry Hendro Basuki dan Hartina Husein, "Analisis SWOT Financial Technology Pada Dunia Perbankan", dalam *Jurnal Manis*, Volume 2 Nomor 1, Januari 2018.

_____, "Analisis SWOT Financial Technology Pada Dunia Perbankan", dalam *Jurnal Manis*, Volume 2 Nomor 1, Januari 2018.

Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016.

_____, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016.

Gregorius, Candra, *Strategi dan Program Pemasaran, Edisi Pertama, Cetakan Pertama*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012.

Himpunan Fatwa Keuangan Syariah DSN MUI.2014.

Hidayati Fauziah Pasaribu, "Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan," Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2018.

<https://indonesia.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia>, diakses pada tanggal 01 Februari 2021 pukul 13.00.

Hosen, N, *Musyarakah Mutanaqishah*, Jakarta: Hidayatullah, 2009.

Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenada Media, 2011.

Jauch, Lawrence dan Glueck, William, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan, Edisi Ketiga*, Jakarta: Erlangga, 2001.

Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.

_____, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.

_____, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.

Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012.

Mariantha, N, *Manajemen Biaya*, Sulawesi Selatan: Celebes Media Prakasa, 2018.

Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan lain*, Yogyakarta: Ekonosia, 2011.

Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.

Muhammad, *Sistem Dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2000.

Muhammad Andika, "Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam," Skripsi UIN Banda Aceh, 2020.

Muhammad Isa, *Diktat Manajemen Pemasaran Bank Revisi II*, IAIN Padangsidimpuan, 2014.

M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015.

Mulya E. Siregar, *Standar Produk Perbankan Syariah Musyarakah Mutanaqishah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.

P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.

Rahmat, *Statistika Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Sri Nurhayati Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2002.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2006.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

_____, *Islamic Banking*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

Zulkifli, S, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta: 2003.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Riska Putri Hutagalung
Tempat/Tanggal Lahir	: Gunung Tua/11 Oktober 1999
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Anak Ke	: 2 dari 5 Bersaudara
Status	: Mahasiswa
Alamat Lengkap	: LK VII Pasar Gunung Tua, Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara, Provinsi Sumatra Utara
Nomor HP / Email	:082277964242 riskap985@gmail.com

DATA ORANG TUA / WALI

Nama Orang Tua/Wali	
Ayah	: Alm. Raja Wali Hutagalung
Ibu	: Tiarjuna Harahap
Pekerjaan Orang Tua/Wali	
Ayah	: -
Ibu	: Wiraswasta
Alamat Orang Tua/Wali	: LK VII Pasar Gunung Tua, Kec. Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara, Provinsi Sumatra Utara

Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2005-2011	: SD Negeri 03 Gunung Tua
Tahun 2011-2014	: Mts.s Darussalam Kampung Banjir
Tahun 2014-2017	: SMK YPIPL Gunung Tua
Tahun 2017-Sekarang	: Program Sarjana (Strata-1) Perbankan Syariah IAIN Padangsisimpulan

Motto Hidup :

“ Mensyukuri Hidup Dari Hal-Hal Yang Sederhana”

DAFTAR WAWANCARA UNTUK PEGAWAI BANK SYARIAH INDONESIA KCP
GUNUNG TUA

1. Bagaimana Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dalam melakukan pemasaran produk *Musyarakah Mutanaqishah* di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?
2. Strategi apa saja yang telah dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dalam menarik minat nasabah?
3. Bagaimana strategi produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*?
4. Bagaimana strategi harga pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* yang ditawarkan kepada nasabah?
5. Apa saja faktor yang menjadi kurangnya minat nasabah dalam pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?
6. Bagaimana strategi lokasi perusahaan, apakah penempatan lokasi perusahaan sudah ditetapkan oleh kantor pusat?
7. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk mempromosikan produk pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*?
8. Bagaimana strategi yang dibuat untuk mempermudah proses pemberian *Musyarakah Mutanaqishah*?
9. Bagaimana strategi pelayanan pembiayaan kepada nasabah?
10. Apa saja keunggulan dari pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

DAFTAR WAWANCARA UNTUK NASABAH

1. Bagaimana pendapat Ibu/Bapak tentang strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dalam menarik minat nasabah?
2. Menurut Ibu/Bapak bagaimana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?
3. Bagaimana menurut Ibu/Bapak Peluang dan Ancaman yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?
4. Bagaimana menurut Ibu/Bapak strategi harga pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*?
5. Menurut Ibu/Bapak bagaimana sistem pelayanan pada produk *Musyarakah Mutanaqishah* pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?
6. Bagaimana pendapat Ibu/Bapak lokasi penempatan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?
7. Bagaimana menurut Ibu/Bapak Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dalam mempromosikan produk *Musyarakah Mutanaqishah*?
8. Bagaimana menurut Ibu/Bapak karyawan dalam melayani nasabah?
9. Bagaimana menurut Ibu/Bapak proses pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah*?
10. Kapan Ibu/Bapak mulai bergabung dan menggunakan produk KPR pembiayaan *Musyarakah Mutanaqishah* di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

Wawancara dengan Branch Operation & Service Manager dan Security Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua



Fasilitas Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua



Wawancara dengan *Micro Banking Manager* Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua



Fasilitas-Fasilitas Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua



Wawancara dengan Branch Operation & Service Manager dan Security Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua



Fasilitas Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua



Wawancara dengan Micro Banking Manager Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua



Fasilitas-Fasilitas Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
 Telepon (0634) 22060 Faksimile (0634) 24022

Nomor
 Lampiran
 Hal

: 954 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2021

: Penunjukan Pembimbing Skripsi

16 April 2021

Yth. Bapak/Ibu:

1. Rukiah

: Pembimbing I

2. Adnanan Murroh Nasution

: Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Riska Putri Hutagalung
 NIM : 1740100346
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pembiayaan Musyarakah Mutanaqishah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA

PT Bank Syariah Indonesia
Kantor Cabang Pembantu Gunung
Jl. SM. Raja No.234
Kel. Pasar Gunung Tua
Kec. Padangbolak, Kab. Paluta 2275
Telp. (0635) 510919

30 Agustus 2021
No. 01/260-3/327

Kepada.
Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang 22733
Padangsidempuan - Sumatera Utara

Perihal : **PERSETUJUAN IZIN RISET**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Semoga Bapak dan seluruh *Staff* IAIN Padangsidempuan Medan senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

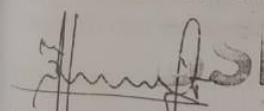
Menunjuk perihal diatas bersama ini kami memberikan persetujuan *Riset* dengan data sebagai berikut:

Nama : Riska Putri Hutagalung
NIM : 1740100346
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian ini kami sampaikan atas kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk
BRANCH OFFICE GUNUNG TUA


BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Gunung Tua
Hush Ardiansyah Tanjung
Branch Operation & Service Manager

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA

PT Bank Syariah Indonesia, Tbk
Kantor Cabang Pembantu Gunung Tua
Jl. SM. Raja No.234
Kel. Pasar Gunung Tua
Kec. Padangbolak, Kab. Paluta 22753
Telp. (0635) 510919

22 September 2021
No. 01/566-3/327

Kepada,
Dekan FEBI IAIN Padangsidimpuan
Di tempat

Perihal : **SELESAI MELAKSANAKAN RISET**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Semoga Bapak dan seluruh staff IAIN Padangsidimpuan senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal diatas bersama ini kami menerangkan bahwa:

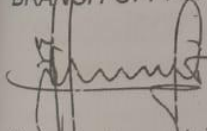
Nama : Riska Putri Hutagalung
NIM : 1740100346
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah selesai melaksanakan RISET di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dengan judul skripsi: "Strategi Pemasaran Pembiayaan Musyarakah Mutanaqishah"

Demikian ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana diperlukan oleh yang bersangkutan dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank, atas perhatian dan kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk
BRANCH OFFICE GUNUNG TUA



BSI

BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Gunung Tua

Husni Ardiansyah T
Branch Operation & Service Manager