



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN  
MULTIGUNA SEPEDA MOTOR PADA PT. BANK  
SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**HENNI HAIRANI  
NIM. 18 401 00020**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2022**



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN  
MULTIGUNA SEPEDA MOTOR PADA PT. BANK  
SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**HENNI HAIRANI  
NIM. 18 401 00020**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2022**



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN  
MULTIGUNA SEPEDA MOTOR PADA PT. BANK  
SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh**

**HENNI HAIRANI  
NIM. 18 401 00020**

**PEMBIMBING I**

**Azwar Hamid, M.A.  
NIP. 198603112015031005**

**PEMBIMBING II**

**Sarmiana Batubara, M.A.  
NIP. 198603272019032012**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2022**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

---

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **HENNI HAIRANI**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Desember 2022  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **HENNI HAIRANI** yang berjudul "**Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan**". 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 UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Azwar Hamid, M.A**  
**NIP. 198603112015031005**

**PEMBIMBING II**

**Sarmiana Batubara, M.A**  
**NIP. 198603272019032012**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : HENNI HAIRANI  
NIM : 18 401 00020  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 28 November 2022

Saya yang Menyatakan,



**HENNI HAIRANI**  
**NIM . 18 401 00020**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai aktivitas akademik UIN SYAHADA Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HENNI HAIRANI  
NIM : 18 401 00020  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN SYAHADA Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini UIN SYAHADA Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan  
Pada tanggal : 28 November 2022  
Saya yang menyatakan,

  
**HENNI HAIRANI**  
**NIM. 18 401 00020**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5SihitangPadangsidempuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Nama** : **HENNI HAIRANI**  
**NIM** : **18 401 00020**  
**Fakultas/Prodi** : **Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah**  
**Judul Skripsi** : **Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan  
Multiguna Sepeda Motor Pada PT. Bank Sumut  
Cabang Syariah Padangsidempuan**

**Ketua,**

**Dr. Armyan Hasibuan, M.Ag**  
**NIP. 196209241994031005**

**Dr. Armyan Hasibuan, M.Ag**  
**NIP. 196209241994031005**

**Sekretaris,**

**Ihdi Aini, M.E.**  
**NIP.198912252019032010**

**Anggota**

**Ihdi Aini, M.E.**  
**NIP.198912252019032010**

**Anggota**

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I.**  
**NIDN. 2028048201**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : **Padangsidempuan**  
**Hari/Tanggal** : **Selasa, 13 Desember 2022**  
**Pukul** : **08.30 WIB s/d 12.00 WIB**  
**Hasil/Nilai** : **Lulus / 72 (B)**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

---

## **PENGESAHAN**


**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN  
MULTIGUNA SEPEDA MOTOR PADA PT. BANK  
SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : HENNI HAIRANI**  
**NIM : 18 401 00020**  
**Tanggal Yudisium : 28 Januari 2023**  
**IPK : 3.47**  
**Predikat : Sangat Memuaskan**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi  
Syarat dalam Memperoleh Gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 28 Januari 2023  
Dekan,



  
**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.?**  
**(NIP. 19780818 200901 1 015**



## ABSTRAK

**Nama : HENNI HAIRANI**  
**NIM : 18 401 00020**  
**Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.**

Penelitian ini dilatarbelakangi kurangnya promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah, sehingga tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk pembiayaan multiguna sepeda motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan masih kurang, hal ini terjadi karena kurang efektifnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Pembahasan dalam penelitian ini antara lain berkaitan dengan pengertian strategi, pemasaran, tujuan pemasaran, unsur-unsur pemasaran, faktor-faktor, strategi pemasaran, strategi pemasaran bank syariah, pengertian pembiayaan multiguna dan akad pembiayaan multiguna.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun subjek penelitian ini adalah karyawan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan, strategi yang dilakukan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah dengan menerapkan konsep produksi, produk, penjualan, pemasaran, serta dengan menerapkan empat unsur yang terdapat pada bauran pemasaran atau *marketing mix* yakni strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi dengan berbagai macam cara seperti melakukan inovasi gabungan antara pembiayaan multiguna sepeda motor yang memberikan peluang bagi nasabah untuk mendapat cicilan relatif ringan, membuat brosur, bekerja sama dengan showroom yang sudah kerjasama dengan *Memorandum of Understanding* (MoU)/perjanjian kerja sama, Melakukan promosi penjualan ke dinas ketenaga kerjaan ataupun PNS (Pegawai Negeri Sipil) yang berada di Kota Padangsidempuan. Faktor yang memengaruhi menurunnya jumlah nasabah atau tidak tercapainya target pembiayaan multiguna sepeda motor dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu di bagian unit terbatas (bagian barang), karena otomatis untuk menunggu unit (barang) tersebut ada, sehingga pencairan untuk sepeda motor itu akan menjadi lama ataupun terlambat dan menyebabkan nasabah menunggu untuk mendapatkan sepeda motor tersebut. Faktor eksternal yang menjadi kendala adalah pesaing antar bank yang sudah mulai bersaing dalam memasarkan produk pembiayaan sepeda motor ini.

**Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Pembiayaan Multiguna**

## KATA PENGANTAR



*Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah serta inayahNya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr.H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra, Replita M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah beserta bapak dan ibu dosen di lingkungan UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
4. Bapak Azwar Hamid, M.A., selaku Pembimbing I dan Ibu Sarmiana Batubara, 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 dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.



7. Teristimewakepada Ayahanda Guntur Hasibuan dan Ibunda tercinta Masdeliana Siregar yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan selalu berjuang untuk anak-anaknya, yang tidak bosan-bosannya memberikan peneliti semangat dalam menyusun skripsi ini, beliau juga tidak lupa menasehati peneliti agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong agar peneliti menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah, yang selalu memberikan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Terimakasih juga peneliti ucapkan kepada abang peneliti Ricky Yakup, Cadeng Wahyudi, dan adik peneliti Alex Firzi, Farhan Ali, Aprilia Rohimannur, serta keluarga udak, nanguda, bou, sepupu yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Para sahabat peneliti (Ros Delima lubis, Sarah Marito Lubis, Murlan Lubis, Seprina Siregar, Marito Harahap, Ummi Kalsum, Erina Dewi, Anna Kholilah Siregar, Dina Mariana Nst, Aya Sofia, Era Gustia Nst, Fatimah Nst, Nurlaila Sapitri Hsb yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini, serta rekan-rekan Perbankan Syariah 1 (PS-1), dan seluruh mahasiswa/i angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
9. Teman-teman KKL, Magang dan teman-teman sebingingan yang telah memberikan motivasi kepada peneliti untuk segera menyelesaikan program studi peneliti.

10. Ibu Sonya Safitri, Ibu Nona Soraya pasaribu dan seluruh jajaran karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yang telah membantu peneliti selama proses penelitian.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 28 November2022

Peneliti,

**HENNI HAIRANI**  
**NIM. 18 401 00020**

## 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 transliterasinya 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	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	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 dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik dibawah)
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
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal 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>Fathah</i>	A	A
◃	<i>Kasrah</i>	I	I
◄ ؤ	<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
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
ؤ.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

### c. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...إِ...أَ...أُ...أِ...أُ...	<i>fathah dan alifatauya</i>	ā	a dan garis atas
إِ...إِ...	<i>Kasrahnya</i>	ī	i dan garis di bawah
وُ...وُ...	<i>ḍommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

### 3. Ta Marbuta

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu 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 (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem 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 sistem 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 Lektor Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Batasan Istilah .....	8
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Kegunaan Penelitian.....	10
G. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	13
1. Strategi Pemasaran .....	13
a. Pengertian Strategi .....	13
b. Pengertian Pemasaran .....	14
c. Tujuan Pemasaran .....	15
d. Unsur-Unsur Pemasaran.....	16
e. Faktor-Faktor Pemasaran .....	21
f. Pengertian Strategi Pemasaran.....	21
g. Strategi Pemasaran Bank Syariah .....	22
2. Pembiayaan Multiguna.....	25
a. Pengertian Pembiayaan Multiguna .....	25
b. Akad Pembiayaan Multiguna .....	26
c. Ketentuan Tentang Pembiayaan Akad <i>Murâbahah</i> .....	29
d. Aplikasi Pembiayaan <i>Murâbahah</i> Pada Perbankan Syariah..	34
e. Dasar Hukum <i>Murâbahah</i> .....	38
B. Penelitian Terdahulu .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	43
B. Jenis Penelitian .....	43
C. Unit Analisis/Subjek Penelitian .....	44
D. Sumber Data.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	46
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	49
1. Sejarah Singkat PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan .....	49
2. Visi dan Misi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan .....	50
3. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan .....	52
4. Pembagian tugas dan tanggung jawab.....	53
5. Produk pembiayaan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.....	56
B. Hasil Penelitian.....	61
1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.....	61
2. Tantangan dan Hambatan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.....	68
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
D. Keterbatasan Hasil Penelitian .....	75
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran-saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel I.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan sepeda motor .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	38

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 4.1 Struktur Organisasi pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan .....	52

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 : Daftar Pertanyaan Wawancara Kepada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan
- Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 4 : Surat Pengesahan Pembimbing
- Lampiran 5 : Surat Mohon Izin Riset
- Lampiran 6 : Surat Balasan Riset dari PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dan persaingan ekonomi yang semakin pesat mengakibatkan perusahaan harus mampu menghadapi sekaligus mengatasi berbagai masalah dan tantangan yang timbul supaya dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam menetapkan tujuan ini, perusahaan harus berlandaskan pada potensi yang dimiliki agar tujuan tersebut dapat dievaluasi dengan baik. Untuk mengetahui, diperlukan informasi yang lengkap dan akurat mengenai tujuan dan kebijaksanaan perusahaan. Dengan semakin majunya pembangunan perekonomian saat ini, terutama dengan kemajuan teknologi bagian pemasaran juga merupakan salah satu fungsi terpenting disamping produksi, personalia, dan keuangan.

Pada dasarnya manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang dengan sasaran agar memenuhi tujuan yang tepat. Secara umum tujuan strategi pemasaran adalah memaksimalkan konsumsi, dan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah, selain itu untuk memaksimalkan berbagai pilihan produk serta mutu hidup dengan selalu memberikan kemudahan nasabah.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 66.

Menurut Rahmawati pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan secara bebas bertukar nilai produk dan layanan dengan orang lain.<sup>2</sup> Pemasaran menekankan tentang bagaimana organisasi berusaha untuk mencari pelanggan potensial sekaligus mempertahankan pelanggan tersebut untuk tidak beralih kepada pesaing, sedangkan penjualan merupakan upaya perusahaan untuk menaikkan jumlah barang yang akan dijual atau jasa yang akan digunakan konsumen.<sup>3</sup>

Pemasaran sendiri bertujuan untuk mengetahui kebutuhan konsumennya, yang kemudian dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut. Dalam strategi pemasaran sendiri terdapat *marketing mix* atau bauran pemasaran yaitu perpaduan dari variabel-variabel *intern* yang dapat dikelola dan dimobilisasi untuk mencapai pasar sasaran atau segmen pasar tertentu. Dimana banyak perusahaan yang mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan perusahaannya hanya karena gagal dalam memasarkan produknya. Oleh sebab itu, strategi pemasaran sangat penting untuk mencapai keberhasilan pada suatu perusahaan.

Strategi pemasaran mempunyai tujuan untuk tetap ada dan berkembang dengan mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Tujuan ini dapat terwujud jika bagian pemasaran pada perusahaan melakukan strategi yang tepat dalam menggunakan keempat peluang yang ada

---

<sup>2</sup>Rahmawati, *Manajemen Pemasaran* (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), hlm. 4.

<sup>3</sup>Siska, dkk. *Pemasaran: Dasar dan Konsep* (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 4.

di pemasaran, sehingga posisi dan kedudukan perusahaan di pasaran dapat dipertahankan dan juga ditingkatkan.<sup>4</sup>

Bank Sumut Syariah sebagai salah satu Bank Daerah Sumatera Utara yang telah menggunakan sistem syariah perlu melakukan peningkatan strategi pemasarannya agar tetap dapat bersaing dengan bank syariah lainnya yang sudah berskala nasional dan internasional. Saat ini Bank Sumut Syariah memiliki inovasi produk yang kini menjadi produk unggulan yaitu produk pembiayaan multiguna sepeda motor yang merupakan produk pembiayaan berupa penyediaan dana untuk berbagai kebutuhan yang sifatnya konsumtif, investasi, dan modal kerja dengan menggunakan akad *Murâbahah* atau jual-beli. Produk pembiayaan multiguna sepeda motor ini masih tergolong produk baru, yang baru dibentuk dan dijalankan pada awal bulan Oktober 2020, oleh sebab itu pada pelaksanaannya masih memerlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan pembiayaan tersebut.<sup>5</sup>

Pembiayaan multiguna ini diberikan kepada perorangan yang memiliki profesi sebagai PNS, CPNS, pegawai tetap, PPPK, tenaga honorer, kepala desa, kepala lingkungan(dinas, instansi, lembaga, BUMN, BUMD, BHMN, koperasi pegawai, perusahaan swasta), dengan sumber pengembalian yang diterima pegawai tersebut setiap bulannya.<sup>6</sup> Namun mayoritas masyarakat tersebut masih dikategorikan jarang melirik produk ini dan lebih memilih

---

<sup>4</sup>Wanti Ningsih, "Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro (Studi Kasus di Bank BRI Syariah KCP Metro)" (Skripsi, *IAIN Metro*, 2020), hlm. 3.

<sup>5</sup>Sonya Safitri, *AO Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 09 Mei 2022.

<sup>6</sup>Bank Sumut, "Kredit Multiguna" <https://www.banksumut.co.id/kredit-multi-guna/>, diakses 06 April 2022 pukul10.00 WIB.

kredit di *leasing* atau bank konvensional, dan masih banyak masyarakat umum yang menganggap pembiayaan di bank syariah dan di *leasing* atau bank konvensional sama saja. Namun pada kenyataannya produk pembiayaan di bank syariah tentunya memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan *leasing* ataupun konvensional.<sup>7</sup> Faktor lain yang menjadi penyebab pembiayaan multiguna sepeda motor ini kurang berjalan karena rata-rata masyarakat yang memiliki profesi tersebut sudah memiliki pinjaman di bank lain.<sup>8</sup>

Berdasarkan faktor di atas yang menjadi Hal ini yang menjadi peluang Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dengan menawarkan kelebihan seperti angsuran yang ringan, dan jika dilihat dari segi harga, Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan tentu unggul karena sistem syariahnya yang tidak mengharuskan adanya DP, jangka waktu yang ditawarkan hingga 60 bulan (5 tahun), *margin* tetap (*flat*) sebesar 10,5% p.a anuitas dengan proses yang cepat dan mudah bisa langsung memiliki sepeda motor yang diinginkan. Selain itu pula cicilan pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan lebih terjangkau. Tentunya hal ini yang menjadi kelebihan pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dan menjadi keuntungan bagi nasabah yang melakukan pembiayaan tersebut.<sup>9</sup>

Perkembangan pembiayaan multiguna sepeda motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan terbilang cukup tinggi dikarenakan

---

<sup>7</sup>Rena Ayu Lestari, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Dalam Menarik Minat Nasabah Menabung di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Binjai” (Skripsi, *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2021).hlm.6.

<sup>8</sup>Sonya Safitri, *AO Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 09 Mei 2022.

<sup>9</sup>Sonya Safitri, *AO Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Kota Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 09 Mei 2022.

permintaan pasar yang masih melirik produk ini. Namun, karena persaingan di dunia perbankan yang kian ketat sehingga membuat bank harus selalu memperbaharui strategi pemasarannya. Berikut data perkembangan jumlah nasabah pembiayaan multiguna sepeda motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

**Tabel 1.1**  
**Total Jumlah Nasabah Pembiayaan Konsumsi (Sepeda Motor) pada**  
**PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**  
**Periode Desember 2021-Mei 2022**

<b>Bulan</b>	<b>Number of Account (NoA) Pembiayaan</b>	<b>Saldo Pembiayaan</b>
Desember 2021	181	Rp. 8.366.852.411
Januari 2022	194	Rp. 8.769.791.522
Februari 2022	210	Rp. 9.641.812.145
Maret 2022	230	Rp. 11.032.756.118
April 2022	243	Rp. 12.647.731.298
Mei 2022	249	Rp. 13.252.470.441

*Sumber: PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*

Berdasarkan data di atas dapat terlihat bahwa jumlah nasabah pembiayaan multiguna sepeda motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan mengalami perkembangan yang *fluktuatif* (berubah) setiap bulannya. Dimana jumlah nasabah pembiayaan konsumsi (sepeda motor) pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan di bulan Desember 2021 sebanyak 181 nasabah dan di bulan Januari 2022 sebanyak 194 nasabah, sehingga selisih jumlah nasabah antara bulan Desember 2021 dan Januari 2022 yaitu sebanyak 13 nasabah. Pada bulan Februari 2022 jumlah nasabah pembiayaan konsumsi (sepeda motor) pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan sebanyak 210 nasabah, dimana selisih jumlah nasabah

antara bulan Januari 2021 dan Februari 2022 yaitu sebanyak 16 nasabah. Pada bulan Maret 2022 jumlah nasabah pembiayaan konsumsi (sepeda motor) pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sebanyak 230 nasabah, dimana selisih jumlah nasabah antara bulan Februari 2022 dan Maret 2022 yaitu sebanyak 20 nasabah.

Pada bulan April 2022 jumlah nasabah pembiayaan konsumsi (sepeda motor) pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sebanyak 243 nasabah, dimana selisih jumlah nasabah antara bulan Maret 2022 dan April 2022 yaitu sebanyak 13 nasabah. Pada bulan Mei 2022 jumlah nasabah pembiayaan konsumsi (sepeda motor) pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sebanyak 249 nasabah, dimana selisih jumlah nasabah anantara bulan April 2022 dan Mei 2022 yaitu sebanyak 6 nasabah saja.

Adapun tujuan dibentuknya pembiayaan ini adalah selain didasarkan pada permintaan pasar yang tinggi akan sepeda motor, tetapi pembiayaan ini juga bertujuan untuk memperkenalkan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan ke masyarakat dan secara tidak langsung mengajak mereka untuk menabung dan meningkatkan nasabah tabungan di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, karena salah satu syarat pada pembiayaan multiguna sepeda motor ini ialah nasabah wajib memiliki tabungan di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.<sup>10</sup>

Berdasarkan uraian di atas bahwa Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan memiliki produk pembiayaan baru yaitu produk

---

<sup>10</sup>Sonya Safitri, *AO Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Kota Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 09 Mei 2022.



pembiayaan multiguna sepeda motor yang dinilai kedepannya akan meningkat dan menguntungkan bank syariah dan membantu bank syariah memberikan pembiayaan kepada nasabah yang memiliki profesi sebagai PNS, CPNS, pegawai tetap, PPPK, dan lain-lainnya, dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya dengan memiliki sepeda motor. Dalam meningkatkan minat nasabah memiliki produk tersebut diperlukan strategi pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor kepada masyarakat untuk menarik minat calon nasabah memiliki produk ini dan sekaligus memperkenalkan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yang kemudian meningkatkan nasabah-nasabah baru pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Sehubungan dengan hal itu, maka peneliti ingin mengetahui dan mempelajari lebih lanjut upaya-upaya apa saja yang dilakukan oleh Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam memasarkan produk pembiayaan multiguna sepeda motor sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki produk pembiayaan multiguna. Oleh sebab itu, peneliti berupaya menulis judul penelitian berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”**.

## **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti yaitu hanya membahas strategi pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

### C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya pemahaman yang berbeda terhadap istilah yang digunakan dalam pembahasan ini, penulis akan membatasi permasalahan sesuai dengan batasan istilah berikut:

1. Strategi adalah ilmu perencanaan dan pengerahan sumber daya untuk operasi besar-besaran, melansir kekuatan pada posisi yang paling menguntungkan sebelum menyerang lawan.<sup>11</sup>
2. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.<sup>12</sup>
3. Pembiayaan multiguna atau sering juga disebut pinjaman dengan jaminan merupakan alternatif yang umum diambil ketika seseorang membutuhkan dana cepat dalam jumlah yang banyak dan keadaan mendesak.<sup>13</sup>
4. Sepeda motor adalah kendaraan bermotor roda dua atau tiga, tanpa rumah-rumah, baik dengan atau tanpa kereta samping (PP No. 44 tahun 1993).

---

<sup>11</sup>Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini, *Strategi: Pendekatan Komprehensif dan Terintegrasi Strategic Excellence dan Operatiobal Excellence secara simultan* (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2012), hlm. 14.

<sup>12</sup>Ade Priangani, "Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global" *Jurnal Kebangsaan*, Volume 2, No.4, Juli 2013 (<https://media.neliti.com/media/publications/103775-ID-memperkuat-manajemen-pemasaran-dalam-kon.pdf>, diakses 24 Mei 2022 pukul 10.13 WIB).

<sup>13</sup>BFI finance, "Memahami Pembiayaan Multiguna Beserta Risikonya (Terbaru)" <https://www.bfi.co.id/id/blog/memahami-pembiayaan-multiguna-beserta-resikonya>, diakses 25 Mei 2022 pukul 22.27 WIB.

Komponen terbesar dalam pergerakan perjalanan lalu lintas di jalan umum.<sup>14</sup>

5. Bank Sumut Cabang Syariah adalah salah satu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan izin prinsip BI No. 62 DPPIPPrzMdn tanggal 28 April dan izin pembukaan Cabang Syariah Medan dan Padangsidempuan No. 6142 PrzMdn tanggal 18 Oktober 2005 dan diikuti dengan dibukanya Cabang Syariah Tebing Tinggi pada tanggal 26 Desember 2005 sesuai dengan izin Operasional Bank Indonesia Medan, adapun yang dimaksudkan adalah Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.<sup>15</sup>

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan istilah yang telah peneliti paparkan, dalam penelitian ini peneliti berusaha meneliti dan mencari jawaban dari penelitian ini yaitu bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah peneliti paparkan, maka penelitian ini memiliki tujuan yang mengacu pada judul dan permasalahan pada penelitian ini, maka dapat ditemukan tujuan yang ingin peneliti capai adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk

---

<sup>14</sup>Andi Munawarman, "Sejarah Sepeda Motor" [www.HukumOnline.com](http://www.HukumOnline.com), diakses pada tanggal 25 Mei 2022 pukul 22.17 WIB.

<sup>15</sup>Diakses pada <https://text-id.123dok.com/document/nq7w377kz-sejarah-singkat-bank-sumut-syariah.html>, pada tanggal 1 Juni 2022 pukul 9.40 WIB.

multiguna sepeda motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

## **F. Kegunaan Penelitian**

### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan bahan referensi untuk penelitian dan dapat menambah wawasan, khususnya dalam bidang perbankan serta pengetahuan penulis tentang ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam bidang perbankan syariah.

### 2. Bagi UIN SYAHADA Padangsidempuan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan atau pertimbangan sebagai referensi bagi penelitian berikutnya dan juga dapat dijadikan sebagai informasi dan pustaka baik dari kalangan mahasiswa maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan.

### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk lebih mendalami materi terutama yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor dalam menarik minat nasabah menabung pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

### 4. Bagi pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai informasi bagi pihak bank dalam menggunakan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan

Multiguna Sepeda Motor Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, sehingga dapat menjadi masukan bagi pihak Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan untuk perbaikan dalam rangka mengembangkan perusahaanya.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi, yang terdiri dari lima bab adalah sebagai berikut:

**BAB I** tentang pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

**BAB II** tentang tinjauan pustaka yang menjelaskan mengenai teori-teori yang mendukung penelitian ini. Berisi tentang hal-hal yang berkenaan dengan teori strategi, teori pemasaran, tujuan pemasaran, unsur-unsur pemasaran, faktor-faktor pemasaran, strategi pemasaran, teori strategi pemasaran di bank syariah, teori pembiayaan multiguna dan akad pembiayaan multiguna.

**BAB III** tentang metode penelitian yang membahas mengenai lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data, tehnik pengelolaan dan analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data.

**BAB IV** tentang hasil penelitian dan pembahasan yang menjelaskan hasil dan pembahasan-pembahasan yang dilakukan berdasarkan ruang lingkup lingkup. Objek penelitian dan hasil dari penelitian.

**BAB V** tentang penutup yang menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian.



## BAB II

### PEMBAHASAN

#### A. Landaaan Teori

##### 1. Strategi Pemasaran

###### a. Pengertian Strategi

Strategi atau “*strategos* atau *strategia*” berasal dari bahasa Yunani (*Greek*) yang artinya (*general or generalship*) atau juga diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan top manajemen dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi.<sup>1</sup> Strategi yang baik memiliki kerjasama tim yang baik pula, memiliki gambaran, mencatat faktor-faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah terlaksana dari sebuah gagasan yang rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki rencana untuk mencapai suatu tujuan yang efektif.

Menurut David, Strategi adalah

Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>2</sup>

Strategi terkadang sering disamakan dengan taktik padahal keduanya berbeda. Strategi lebih bersifat dinamis karena merupakan sebuah proses sehingga mengikuti perubahan yang terjadi, sedangkan taktik bersifat tetap, karena dilakukan pada suatu waktu saja.

---

<sup>1</sup>Rahayu Puji Suci, *Esensi Manajemen Strategi* (Siduarjo: Penerbit Andi, 2016), hlm.11.

<sup>2</sup>David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 29.

Strategi berdasarkan perspektif Islam sendiri adalah suatu perencanaan yang dilakukan baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang dengan tujuan memperhatikan aturan halal dan non halal seperti menghalalkan segala cara untuk menuju tujuan, baik itu cara yang benar ataupun cara yang salah untuk mencapai tujuan tertentu, hal tersebut tidak diperbolehkan dalam Islam.

Berdasarkan beberapa pengertian yang dipaparkan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan rencana awal yang dilakukan suatu perusahaan dengan tujuan memenuhi kebutuhan tertentu. Dengan kata lain, strategi sebagai seni seseorang ataupun organisasi memanfaatkan seni, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai sasaran lewat cara-cara yang lebih efektif dan efisien demi mencapai keuntungan yang diharapkan.

#### **b. Pengertian Pemasaran**

Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said mendefinisikan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.<sup>3</sup>

Daryanto juga mendefinisikan pemasaran yaitu keseluruhan *intern* yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan

---

<sup>3</sup>Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV Sah Media, 2019), hlm. 1.

dan mendistribusikan barang dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.<sup>4</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian yang dipaparkan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran inilah dapat diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya. Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya dengan cara memberikan kepuasan.<sup>5</sup>

### c. Tujuan Pemasaran

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup>Daryanto, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Satu Nusa, 2011), hlm. 83.

<sup>5</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 223.

<sup>6</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 60.

Secara khusus pemasaran bertujuan bagi suatu perusahaan untuk memasarkan dan memproduksi produknya dan dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan penjualan dan laba.
2. Untuk menguasai pasar.
3. Untuk mengurangi pesaing.
4. Untuk menaikkan persentase suatu produk di pasaran.
5. Untuk memenuhi pihak-pihak tertentu.<sup>7</sup>

**d. Unsur-Unsur Pemasaran**

Unsur-unsur utama pemasaran dapat dikategorikan menjadi dua unsur utama, yaitu:

- 1) Unsur Strategi Persaingan
  - a) Segmentasi Pasar

Segmentasi Pasar adalah suatu tindakan untuk mengidentifikasikan dan membentuk sebuah kelompok konsumen atau pelanggan secara terpisah. Setiap kelompok segmen konsumen ini memiliki karakteristik, kebutuhan produk dan *marketing mix* sendiri. Menurut Susanto dan Himawan Wijarnako segmentasi pasar adalah suatu kelompok konsumen yang sudah ada atau prospek, yang memiliki karakteristik sama dalam memberikan respon atas program pemasaran.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 44.

<sup>8</sup>Susanto dan Himawan Wijarnako, *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi pendukungnya* (Bandung: Mizan Pustaka, 2004), hlm. 39.

### b) *Targeting*

*Targeting* adalah suatu proses dalam memilih satu atau lebih dari segmen pasar yang akan dimasuki. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk mempermudah mencapai segmen pasar yang ingin diraih dan memberikan kepuasan yang lebih kepada konsumen. Menurut Huda Maulana dan Soepatini *targeting* adalah proses mengevaluasi daya tarik segmen pasar yang dihasilkan melalui kegiatan segmentasi pasar.<sup>9</sup>

### c) *Positioning*

*Positioning* adalah proses menentukan posisi suatu pasar atau sebagai tindakan merancang posisi produk dalam benak konsumen. Tujuan dari *Positioning* ini adalah untuk membangkitkan dan menginformasikan keunggulan persaingan produk yang ada di pasar kedalam pikiran konsumen.

## 2) Unsur Taktik Pemasaran

### a) Diferensiasi

Diferensiasi merupakan strategi yang membuat produk berbeda dengan competitor bahkan melebihinya, sehingga hasilnya dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat memengaruhi pilihan dan kepuasan konsumen yang paling istimewa.<sup>10</sup> Diferensiasi ini berkaitan dengan cara membangun

---

<sup>9</sup>Huda Maulana dan Soepatini, *Segmenting, Targetting, dan Positioning* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2021), hlm. 5.

<sup>10</sup>Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah dan Sistem Operasional* (Jakarta: Gema Insani, 2004), Cet. Ke-1, hlm. 444.

suatu strategi pemasaran dalam berbagai bidang di perusahaan. Kegiatan dalam membangun perusahaan ini yang menjadi perbedaan diferensiasi yang dilakukan suatu perusahaan dengan diferensiasi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan lain.

#### b) Bauran Pemasaran

Aktivitas pemasaran yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mengenai produk, harga, promosi, dan tempat. Berikut ini pengertian dari keempat kegiatan bauran pemasaran tersebut sebagai berikut:<sup>11</sup>

##### (1) Produk

Kegiatan pemasaran dimulai dengan produk yaitu, suatu barang, jasa atau gagasan yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pemakainya. Dimana produk jasa hanya dapat dirasakan (*intangible*), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan (*tangible*).<sup>12</sup> Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.<sup>13</sup>

##### (2) Harga (*price*)

Menentukan harga jual yang sesuai terkadang juga merupakan tindakan penyeimbangan. Di satu sisi, harga harus menutupi beragam biaya seperti biaya-biaya operasional,

---

<sup>11</sup>Nurul Huda, *Pemasaran Syariah* (Depok: Kencana, 2017), hlm. 16-17.

<sup>12</sup>Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing* (Yogyakarta: Kobis, 2014), hlm. 18.

<sup>13</sup>Satriadi, dkk. *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI), 2021), hlm. 4.

administrasi dan riset organisasi. Strategi harga yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW berdasarkan pada prinsip suka sama suka, yang ditunjukkan dalam surah An-Nisa ayat 29 berikut:

يٰۤاَيُّهَا  
 اَوْلَاۤئِىۡكُمْ تَرَاضٍۭ عَنِۢ تِجَارَةٍۭ تَكُوۡنُۭ اَنْۢ اِلَّاۤ بِالْبَاطِلِۭ  
 رَحِيۡمًاۙ بِكُمۡ كَانَ اللّٰهُۙ اِنَّۤ اَنْفُسَكُمۡ تَقْتُلُوۡنَ

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyanyang kepadamu.*<sup>14</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa melarang orang yang memakan harta sesamanya dengan cara yang batil. Larangan ini berfungsi sebagai penyelamat bagi diri sendiri dan orang lain, karena Allah telah menawarkan salah satu cara untuk mendapatkan harta dengan cara yang halal yaitu melalui perdagangan. Setiap perdagangan diperbolehkan dengan prinsip suka sama suka namun harus tetap sesuai dengan ketentuan *nash-nash* Al-Qur'an dan hadis.

### (3) Promosi

<sup>14</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Surabaya: Mahkota Surabaya, 2002), hlm. 107.

Bagian dari bauran pemasaran yang paling menonjol nyata tidak lain adalah promosi, yang mengacu pada tehnik-tehnik dalam berkomunikasi mengenai informasi suatu produk. Promosi merupakan komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan *brand recognition* dan penjualan.<sup>15</sup>

#### (4) Tempat (*distribusi*)

*Distribusi* menjadi bagian dari bauran pemasaran yang bertujuan mempertimbangkan bagaimana penyampaian produk dari produsen ke konsumen. Selain itu pula, saluran pemasaran merupakan tempat ataupun lokasi kantor operasional dan administrasi suatu perusahaan yang memiliki nilai strategis untuk memudahkan dan memperlancar penyampaian produk dari penjual ke pembeli dengan transaksi perdagangan.<sup>16</sup>

### e. Faktor-Faktor Pemasaran

---

<sup>15</sup>Tengku Firli Musfar, *Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 17.

<sup>16</sup>Ita Nurcholifah, “Strategi Marketing MIX dalam Perspektif Syariah” (<https://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/khatulistiwa/article/view/230/188>, *Jurnal IAIN Pontianak*, vol.4 no.1, 2014, diakses 24 juni 2022 pukul 10.16 WIB).



Saat melakukan proses pemasaran perusahaan biasanya mengalami berbagai masalah dan hambatan yang disebabkan adanya beberapa faktor, sebagai berikut:<sup>17</sup>

- 1) Organisasi
- 2) Manajemen
- 3) Kerja sama antar karyawan dalam perusahaan
- 4) Kebijakan pemerintah.

#### **f. Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan di jalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.<sup>18</sup> Seperti yang kita ketahui strategi pemasaran adalah himpunan asas yang secara tepat, konsisten dan layak dilaksanakan oleh perusahaan, guna mencapai sasaran pasar yang dituju (*targetmarket*) dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang (*objectives*) dalam situasi persaingan tertentu.<sup>19</sup>

Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rencana yang disatukan, menyeluruh, terpadu yang menghubungkan kelebihan strategi perusahaan dengan tantangan dilingkungan dan dirancang dengan tujuan untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan

---

<sup>17</sup>Muhammad Arif, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm.104.

<sup>18</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 168.

<sup>19</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawal Pers, 2015), hlm. 168.

dapat tercapai dengan eksekusi yang tepat dalam perusahaan.<sup>20</sup> Atau strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh hasil yang optimal

#### **g. Strategi Pemasaran Bank Syariah**

Strategi pemasaran merupakan kelanjutan dari bentuk pengenalan pasar, yang akan berkaitan dengan strategi apa yang akan digunakan dalam memasarkan produk agar dapat diterima di pasaran. Sedangkan pemasaran pada lembaga keuangan adalah usaha untuk menciptakan dan memberikan pelayanan terhadap permintaan pasar atau nasabah sehingga memperoleh keinginan bagi lembaga keuangan dan masyarakat.

Strategi pemasaran bank syariah merupakan salah satu langkah yang harus dilakukan dalam memasarkan produk dan jasa perbankan yang ditunjukkan pada meningkatnya penjualan. Meningkatnya penjualan tersebut diorientasikan pada produk penghimpunan dana (*funding*) dan orientasi pada pelanggan, meningkatkan mutu layanan dan meningkatkan *fee based income*.

Muhammad dalam bukunya juga mengatakan bahwa beberapa strategi dalam pemasaran bank syariah diantaranya adalah :<sup>21</sup>

##### 1) Penetrasi pasar

---

<sup>20</sup>Heri Sudarsono, *Manajemen Pemasaran* (Jember: CV. Pustaka Abadi, 2020), hlm. 4.

<sup>21</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah dalam M.Ihsan, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Padang Panjang", IAIN Batu Sangkar, 2018, hlm. 228-230.*

Strategi ini dapat digunakan bila banyaknya calon nasabah atau konsumen yang belum dapat terjangkau oleh daerah pemasaran. Hal ini dapat terjadi karena:

- a) Produk tersebut belum terkenal.
- b) Pesaing lebih intensif menarik konsumen sehingga lebih tertarik ke produk yang mereka tawarkan.
- c) Konsumen tidak mengetahui kelebihan dan keunggulan dari produk yang ditawarkan.

Upaya bank syariah yang dapat dilakukan dalam hal melakukan penetrasi pasar ini diantaranya:

- (1) Melakukan *low price volume*.
- (2) Menambahkan lokasi (*block area*) dan menambah pegawai pemasaran.
- (3) Meningkatkan pelayanan yang cepat.
- (4) Mengiklankan produk.
- (5) Mengadakan promosi penjualan seperti memberikan hadiah, bonus untuk anggota atau nasabah yang berprestasi.

## 2) Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar ini dilakukan apabila konsumen atau nasabah yang ada telah jenuh ataupun sasaran konsumen lama sudah tidak dapat bertambah sehingga pelayanan mencari konsumen dan nasabah baru yang secara geografis berbeda dengan pasar yang lama.

Upaya yang dapat dilakukan bank syariah dalam hal pengembangan pasar ini adalah sebagai berikut:

- a) Menambah lokasi kantor cabang di daerah lain.
- b) Menerapkan strategi jemput bola yang selama ini nasabah dianggap bukan bagian dari pangsa pasar.

### 3) Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah strategi yang berkaitan dengan perubahan, penyempurnaan dan penambahan produk yang akan ditawarkan pada nasabah.

Upaya yang dapat dilakukan guna pengembangan produk adalah:

- a) Melakukan riset pasar mengenai produk dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk baru yang dibutuhkan oleh nasabah di masa mendatang.
- b) Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan maupun dari sisi administrasi yang tidak akan menghambat kelancaran pelayanan.

### 4) Diversifikasi Produk

Strategi ini merupakan bentuk dari pengembangan produk baru yang masih berhubungan dengan produk lama dan ditawarkan kembali kepada pasar yang baru. Dalam hal ini upaya yang dapat dilakukan adalah melakukan riset pasar mengenai kebutuhan pasar

dan konsumen baru dan kemudian membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut.

#### 5) Bauran pemasaran

Bauran pemasaran ini ditentukan bagaimana unsur-unsur suatu produk, lokasi dan sistem distribusi dan promosi yang kemudian disatukan menjadi suatu kesatuan sehingga dapat sesuai dengan konsumen yang ditargetkan.

## 2. Pembiayaan Multiguna

### a. Pengertian Pembiayaan Multiguna

Pembiayaan Multiguna adalah pembiayaan untuk pengadaan barang atau jasa yang diperlukan oleh debitur untuk pemakaian/konsumsi dan bukan untuk keperluan usaha (aktivitas produktif) dalam jangka waktu yang diperjanjikan.<sup>22</sup> Pembiayaan multiguna merupakan fasilitas penyaluran dana kepada perorangan dan individu yang memiliki penghasilan tetap maupun tidak tetap untuk berbagai keperluan yang bersifat konsumtif dengan agunan atau jaminan dapat berupa surat kepemilikan tanah atau tempat tinggal, apartemen, dan ruko yang dimiliki berdasarkan pada prinsip syariah.

Pembiayaan multiguna juga dapat diartikan sebagai pembiayaan yang ditujukan untuk serbaguna (*multi purpose*) dan harus berlandaskan pada asset yang mendasari (*underlying asset & transaction*) dengan melampirkan bukti pembelian barang dari dana pembiayaan yang telah

---

<sup>22</sup>Toman Soni Tambunan dan Wilson R.G. Tambunan, *Hukum Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 86.

dicairkan dengan tujuan menghindari transaksi riba. Andri Soemitra mendefinisikan Pembiayaan Mutiguna sebagai fasilitas pembiayaan *konsumtif* yang diberikan kepada nasabah dan konsumen dengan tujuan untuk pembelian barang atau jasa kebutuhan yang bersifat *konsumtif* sesuai dengan prinsip syariah dengan disertakan agunan berupa tanah dan bangunan yang masih ditinggali dan berstatus SHM dan bukan merupakan barang yang di biayai.<sup>23</sup>

Umumnya pembiayaan multiguna di bank syariah dapat berupa pembiayaan sebagai berikut:

- 1) Pembelian mobil/ sepeda motor.
- 2) Pembiayaan untuk dana pernikahan.
- 3) Pembiayaan untuk renovasi rumah.
- 4) Modal usaha.
- 5) Pembelian barang elektronik dan lainnya.<sup>24</sup>

## **b. Akad Pembiayaan Multiguna**

### **1) Akad *Murâbahah***

*Murâbahah* merupakan akad pembiayaan suatu barang yang menegaskan harga belinya kepada nasabah dan nasabah membayarnya dengan harga lebih sebagai keuntungan yang telah disepakati. *Murâbahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan) karena di dalam transaksi jual-beli bank biasa menyebut keuntungan dengan

---

<sup>23</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 349.

<sup>24</sup>Rena Ayu Lestari, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Dalam Menarik Minat Nasabah Menabung di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Binjai" (Skripsi, *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2021), hlm. 28

*margin*. Bank yang bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembelinya, dimana harga jual adalah harga beli bank dari *supplier* dan ditambah dengan keuntungan. Menurut Muhammad Syafi'I Antonio *Murâbahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati, dalam *Murâbahah* penjual harus memberitahu harga pokok yang ia beli dan menentukan tingkat keuntungan yang disepakati.<sup>25</sup>

Pada umumnya, nasabah pada bank syariah mengajukan permohonan pembelian suatu barang yang diinginkannya, dimana barang tersebut akan di beli secara lunas oleh pihak bank syariah kepada *supplier* atau penjual, sementara nasabah membayar pembiayaan tersebut dengan menambahkan *margin* kepada bank syariah sesuai kesepakatan yang telah disepakati diawal dan seterusnya nasabah dapat melunasi pembiayaan tersebut baik secara tunai maupun dengan cara cicil.<sup>26</sup>

Sebagai bagian dari jual beli, *Murâbahah* memiliki rukun dan syarat yang tidak berbeda dengan jual beli pada umumnya. Namun demikian, ada beberapa ketentuan khusus yang menjadi syarat keabsahan jual beli *Murâbahah* yaitu:

- a) Adanya kejelasan informasi mengenai besarnya modal awal (harga perolehan/pembelian), semuanya harus diketahui oleh

---

<sup>25</sup>Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm.101.

<sup>26</sup>Dumairi Nor, *Ekonomi Syariah Versi Salaf* (Pasuruan: Pustaka Sidogiri, 2008), hlm. 137.

pembeli saat akad dan ini merupakan salah satu syarat sah *Murâbaḥah*.

- b) Adanya keharusan menjelaskan keuntungan yang diambil penjual karena keuntungan merupakan bagian dari harga. Sementara keharusan mengetahui harga barang merupakan syarat sah jual beli pada umumnya.
- c) Jual beli *Murâbaḥah* harus dilakukan atas barang yang telah dimiliki/hak kepemilikan telah berada ditangan penjual. Artinya bahwa keuntungan dan resiko barang tersebut ada pada penjual sebagai konsekuensi dari kepemilikan yang timbul dari akad yang sah.
- d) Transaksi pertama (antara penjual dan pembeli pertama) haruslah sah, jika tidak sah maka tidak boleh jual beli secara *Murâbaḥah* (antara pembeli pertama yang menjadi penjual kedua dengan pembeli *Murâbaḥah*), karena murabahah adalah jual beli dengan harga pertama disertai tambahan keuntungan.
- e) Hendaknya akad yang dilakukan terhindar dari praktik riba, baik akad yang pertama maupun pada akad yang kedua antara penjual dan pembeli dalam akad *Murâbaḥah*.<sup>27</sup>

Fitur dan mekanisme transaksi pembiayaan *Murâbaḥah* adalah sebagai berikut:

---

<sup>27</sup>Ah Azharuddin Latif, "Konsep dan Aplikasi Akad *Murâbaḥah* pada Perbankan Syariah di Indonesia" *Jurnal UIN Jakarta* , Vol.12 no.2, 2012, diakses pada 15 Desember 2022 pukul 11.36 WIB.



- (1) Bank bertindak sebagai pihak penyedia dana dalam kegiatan transaksi *Murâbahah* dengan nasabah.
- (2) Bank dapat membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- (3) Bank wajib menyediakan dana untuk merealisasikan penyediaan barang yang dipesan nasabah.
- (4) Bank dapat memberikan potongan dalam besaran yang wajar dengan tanpa diperjanjikan dimuka.<sup>28</sup>

Landasan hukum akad *Murâbahah* yaitu Al-Qur'an, sunnah, ijma, kaidah fiqh dan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.04/DSN-MUI/IV/2000, tentang *Murâbahah*, sedangkan rukun akad *Murâbahah* yaitu adanya penjual, adanya pembeli, objek atau barang dagangan dan sighat dalam bentuk ijab dan kabul.

## 2) **Ketentuan Tentang Pembiayaan Akad *Murâbahah***

Pembiayaan *Murâbahah* pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan telah diatur dalam Fatwa DSN No.04/DSNMUI/IV/2000. Dimana dalam fatwa tersebut disebutkan ketentuan umum mengenai *Murâbahah*, yaitu sebagai berikut:

- a) Ketentuan Umum *Murâbahah*:

---

<sup>28</sup>Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.190.

- (1) Bank dan nasabah harus melakukan akad *Murâbaḥah* yang bebas riba.
- (2) Barang yang di perjual-belikan tidak di haramkan oleh syariat Islam.
- (3) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualitasnya.
- (4) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
- (5) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya dilakukan secara utang.
- (6) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
- (7) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
- (8) Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
- (9) Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli *Murâbaḥah* harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank.

b) kepada Nasabah:

- (1) Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
- (2) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
- (3) Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membelinya) sesuai dengan perjanjian yang telah disepakatinya, karena secara hukum perjanjian tersebut mengikat, kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual-beli.
- (4) Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
- (5) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut.  
Biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
- (6) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
- (7) Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.
- (8) Jika nasabah batal membelinya, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat

pembatalan tersebut jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.<sup>29</sup>

c) Jaminan Dalam *Murâbahah*:

- (1) Jaminan dalam murabahah dibolehkan, agar nasabah serius dengan pesannya.
- (2) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

d) Utang Dalam *Murâbahah*:

- (1) Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi *Murâbahah* tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.
- (2) Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.
- (3) Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau memintakerugian itu diperhitungkan.

e) Penundaan Pembayaran dalam *Murâbahah*:

---

<sup>29</sup>Sjahdeini, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 105-109.

- (1) Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian utangnya.
- (2) Jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

f) Bangkrut dalam *Murâbahah*:

Jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan.

Dewan Syariah Nasional- Majelis Indonesia (DSN-MUI) telah menimbang:

- (1) Bahwa masyarakat banyak memerlukan fasilitas pembiayaan dari bank berdasarkan pada prinsip jual beli.
- (2) Bahwa dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut, bank syariah perlu memerlukan fasilitas pembiayaan *Murâbahah* bagi nasabah yang memerlukannya, yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga jual belinya kepada pihak pembeli, dan pembeli membayar dengan harga yang lebih sebagai laba.
- (3) Bahwa oleh karena itu, DSN memandang perlu menetapkan fatwa DSN-MUI memandang perlu menetapkan fatwa

tentang *Murâbahah* untuk menjadikan pedoman oleh lembaga keuangan syariah.

### 3) Aplikasi Pembiayaan *Murâbahah* Pada Perbankan Syariah

Dalam aplikasi bank syariah, bank merupakan penjual atas objek barang dan nasabah merupakan pembeli. Bank menyediakan barang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan membeli barang dari supplier, kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga beli yang dilakukan oleh bank syariah. Pembayaran atas transaksi *Murâbahah* dapat dilakukan dengan cara membayar sekaligus pada saat jatuh tempo atau melakukan pembayaran angsuran selama jangka waktu yang disepakati.<sup>30</sup>

Aplikasi pembiayaan *Murâbahah* dalam bank syariah diantaranya:

#### a) Penggunaan akad *Murâbahah*

- (1) Pembiayaan *Murâbahah* merupakan jenis pembiayaan yang sering diaplikasikan dalam bank syariah, yang pada umumnya digunakan dalam transaksi jual beli barang investasi dan barang-barang yang diperlukan oleh individu.
- (2) Jenis penggunaan pembiayaan *Murâbahah* lebih sesuai untuk pembiayaan investasi dan konsumsi. Dalam pembiayaan investasi, akad *Murâbahah* sangat sesuai karena ada barang

---

<sup>30</sup>Ismail, *Perbankan Syariah* (Surabaya: Kencana, 2011), hlm. 138

yang akan I investasi oleh nasabah atau akan ada barang yang menjadi objek investasi. Dalam pembiayaan konsumsi, biasanya barang yang akan dikonsumsi oleh nasabah jelas dan terukur.

- (3) Pembiayaan *murâbahah* kurang cocok untuk pembiayaan modal kerja yang diberikan langsung dalam bentuk uang.<sup>31</sup>

b) Barang yang boleh digunakan sebagai objek jual beli

- (1) Rumah
- (2) Kendaraan bermotor atau alat transportasi
- (3) Pembelian alat-alat industri
- (4) Pembelian pabrik, gudang dan asset tetap lainnya
- (5) Pembelian asset yang tidak bertentangan dengan syariah islam.

c) Bank

- (1) Bank berhak menentukan dan memilih *supplier* dalam pembelian barang, bila nasabah menunjukkan *supplier* lain, maka bank syariah berhak melakukan penilaian terhadap *supplier* untuk menentukan kelayakannya sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh bank syariah.
- (2) Bank menerbitkan *Purchase Order* (PO) sesuai dengan kesepakatan antara bank syariah dan nasabah agar barang dikirimkan ke nasabah.

---

<sup>31</sup>*Ibid*, hlm. 140

(3) Cara pembayaran yang dilakukan oleh bank syariah yaitu dengan mentransfer langsung pada rekening penjual, bukan kepada rekening nasabah.

d) Nasabah

(1) Nasabah harus sudah cakap menurut hukum, sehingga dapat melaksanakan transaksi.

(2) Nasabah memiliki kemauan dan kemampuan dalam melakukan pembiayaan.

e) *Supplier*

(1) *Supplier* adalah orang atau badan hukum, yang menyediakan barang sesuai permintaan nasabah.

(2) *Supplier* menjual barangnya kepada bank syariah, kemudian bank syariah akan menjual barang tersebut kepada nasabah.

(3) Dalam kondisi tertentu, bank syariah memberikan kuasa kepada nasabah untuk membeli barang sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan dalam akad. *Purchase Order* (PO) atas pembelian barang tetap diterbitkan oleh bank syariah dan pembayarannya tetap dilakukan oleh bank kepada *supplier*. Namun penyerahan barang dapat dilakukan langsung oleh *supplier* kepada nasabah atau kuasa dari bank syariah.

f) Harga



- (1) Harga jual barang telah ditetapkan sesuai dengan akad jual beli antara bank syariah dan nasabah dan tidak dapat berubah selama masa perjanjian.
- (2) Harga jual bank syariah merupakan harga jual yang disepakati antara bank syariah dan nasabah.
- (3) Uang muka atas pembelian barang yang dilakukan oleh nasabah (bila ada), akan mengurangi jumlah piutang yang *murâbaḥah* akan diangsur oleh nasabah jika transaksi *murâbaḥah* dilaksanakan, maka urbun diakui sebagai bagian dari pelunasan piutang *murâbaḥah* sehingga akan mengurangi jumlah piutang *murâbaḥah*. Jika transaksi *murâbaḥah* tidak jadi dilaksanakan, maka urbun harus dikembalikan kepada nasabah setelah dikurangi dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh bank syariah.

g) Jangka waktu

- (1) Jangka waktu pembiayaan *murâbaḥah*, dapat diberikan dalam jangka pendek, menengah dan panjang, sesuai dengan kemampuan pembayaran oleh nasabah dan jumlah pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah.
- (2) Jangka waktu pembiayaan tidak dapat diubah oleh salah satu pihak. Bila terdapat perubahan jangka waktu, maka perubahan ini harus disetujui oleh bank syariah maupun nasabah.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup>*Ibid*, hlm. 140-143

#### 4) Dasar Hukum *Murâbahah*

UUD No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, BAB IV, jenis dan kegiatan usaha, kelayakan penyaluran dana dan larangan bagi bank syariah UUS, pasal 19 ayat 1 (d) “Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *Murâbahah*, akad salam, akad istishna, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah” pasal 19 ayat 3 (i) membeli dan menjual surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan prinsip syariah, antara lain seperti akad *ijarah*, *musyarakah*, *mudharabah*, *Murâbahah*, *kafalah* atau *hawalah*.

#### A. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian, peneliti terdahulu melakukan analisis terhadap karya-karya ilmiah yang relevan terhadap penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Annisyafira Ula Paramadina dan Arnida Wahyuni Lubis, (Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam Volume 5 (1), 2021).	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna-Aparatur Sipil Negara Pada Masa Pandemi Covid-19 di PT.Bank Sumut	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dengan <i>Marketing Mix</i> selama masa pandemi dapat memberikan peningkatan dan pengembangan dalam bidang pembiayaan. <sup>33</sup>

<sup>33</sup>Annisyafira Ula Paramadina dan Ardina Wahyuni Lubis, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna-Aparatur Sipil Negara pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Simpang Kayu Besar”

		Kantor Cabang Pembantu Syariah Simpang Kayu Besar.	
2	Rena Ayu Lestari, (Skripsi, Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021).	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Dalam Menarik Minat Nasabah Menabung di Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Binjai	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Sumut Syariah KCP Binjai berada pada Kuadran I ( <i>agresif</i> ) yang mengidentifikasi bahwa Bank Sumut Syariah KCP Binjai memiliki kekuatan dan peluang sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mendukung perkembangan dan kebijakan pertumbuhan secara signifikan pada Bank Sumut Syariah KCP Binjai. <sup>34</sup>
3	Herwandi Agustian, (Journal Of Social Sciences and politics Vol. 7 No. 2 April 2020).	Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna BESS FINANCE di Kota Baturaja.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan <i>Attention</i> (perhatian) yang dilakukan yaitu dengan turun langsung ke masyarakat dan menawarkan jasa pembiayaan multiguna. Penerapan <i>interest</i> (ketertarikan) yang dilakukan PT. Bess Finance dengan cara menawarkan keunggulan dari jasa pembiayaan multiguna dan penerapan <i>desire</i> (keinginan) marketing Bess Finance dengan cara lebih memberikan keunggulan dan keistimewaan yang akan

(<https://journal.uhamka.ac.id/index.php/al-urban/article/view/6928>), *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, Volume 5 (1), 2021).

<sup>34</sup>Rena Ayu, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Dalam Menarik Minat Nasabah Menabung di Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Binjai"(Skripsi, *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2021).

			didapatkan dari jasa pembiayaan multiguna yang ditawarkan. <sup>35</sup>
4	Ayu Hafizah, (Skripsi, Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019).	Pelaksanaan Akad Murabahah Pada Produk Pembiayaan iB Muamalat Multiguna di Bank Muamalat Indonesia Cabang Utama Medan Sudirman	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pada pembiayaan iB Muamalat multiguna di Bank Muamalat Cabang Utama Medan Sudirman menggunakan akad <i>Murâbahah Bil Wakalah</i> . Proses pelaksanaan pembiayaan tersebut terjadi ketika nasabah mengajukan permohonan kepada bank syariah, nasabah diminta untuk mengisi form untuk pembiayaan yang diinginkan serta melengkapi semua persyaratannya. <sup>36</sup>
5.	Zhela Nordiana, (Skripsi, Perbankan Syariah, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).	Strategi Pemasaran Produk tabungan iB Multiguna Berdasarkan Sifat Wajib Rasulullah di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo. di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan pada produk tabungan iB multiguna ini yaitu strategi bauran pemasaran 4P yang meliputi: <i>Produk</i> , <i>Price</i> , <i>Place</i> , dan <i>Promotion</i> . Dan dalam memasarkan produknya staff bank syariah bukopin sidoarjo sudah sesuai dengan sifat wajib bagi Rasulullah yaitu bekerja dengan menerapkan

<sup>35</sup>Herwandi Agustian, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna BESS FINANCE di Kota Baturaja", *Journal Of Social Sciences and Politics*, Vol. 7 No. 2 April 2020.

<sup>36</sup>Ayu Hafizah, "Pelaksanaan Akad Murabahah Pada Produk Pembiayaan iB Muamalat Multiguna di Bank Muamalat Indonesia Cabang Utama Medan Sudirman" (Skripsi, *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2019).

			sifat <i>siddik</i> , <i>amanah</i> , <i>fatamah</i> , dan <i>tabligh</i> . <sup>37</sup>
--	--	--	--

Adapun perbedaan dalam penelitian yang tercantum di atas yaitu:

1. Penelitian saudara Annissyafira Ula Paramadina dan Arnida Wahyuni Lubis membahas mengenai Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna-Aparatur Sipil Negara Pada Masa Pandemi Covid-19 di PT.Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Simpang Kayu Besar. Yang membedakan penelitian Annissyafira Ula Paramadina dan Arnida Wahyuni Lubis dengan peneliti adalah tempat dan variabel Y penelitian.
2. Penelitian saudara Rena Ayu Lestari membahas mengenai Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Dalam Menarik Minat Nasabah Menabung di Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Binjai. Yang membedakan penelitian Rena Ayu Lestari dengan peneliti adalah lokasi dan variabel Y penelitian.
3. Penelitian saudara Herwandi Agustian membahas mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna BESS FINANCE di Kota Baturaja. Yang membedakan penelitian Herwandi Agustian dengan peneliti adalah tempat dan subjek penelitian.
4. Penelitian saudara Ayu Hafizah membahas mengenai Pelaksanaan Akad *Murâbahah* Pada Produk Pembiayaan iB Muamalat Multiguna di Bank

---

<sup>37</sup>Zhela Nordiana, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Multiguna Berdasarkan Sifat Wajib Rasulullah di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo" (Skripsi, *UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2018).

Muamalat Indonesia Cabang Utama Medan Sudirman. Yang membedakan penelitian Ayu Hafizah dengan peneliti adalah produk dan lokasi bank penelitian.

5. Penelitian saudari Zhela Nordiana membahas mengenai Strategi Pemasaran Produk tabungan iB Multiguna Berdasarkan Sifat Wajib Rasulullah di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo. Yang membedakan penelitian Zhela Nordiana dengan peneliti adalah tempat dan objek penelitian.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dan waktu penelitian di mulai pada bulan Agustus 2022 sampai dengan Desember 2022.

#### **2. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan filsafat *postpositivisme*, yaitu digunakan untuk meneliti suatu keadaan objek yang terjadi secara alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci, pada tehnik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, kemudian analisis datanya bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitiannya menggambarkan fenomena daripada generalisasi.<sup>1</sup>

Pengelolaan data pada metode kualitatif dilakukan dengan mentranskrip data baik dari hasil wawancara maupun dengan dokumen-dokumen pendukung yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Kemudian data tersebut diklasifikasikan atau dikelompokkan sesuai dengan masalah yang dibahas. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian secara langsung ditempat penelitian dengan subjek penelitian yaitu PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 26.

### 3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Jika kita bicara tentang subjek penelitian, sebetulnya kita berbicara tentang unit analisis, yaitu subjek yang menjadi pusat perhatian atau sasaran peneliti.<sup>2</sup> Jadi dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah produk pembiayaan multiguna sepeda motor. Sedangkan subjek untuk penelitian ini adalah divisi pembiayaan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan sebanyak 3 orang..

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi. Dengan pengertian ini maka informan dapat dikatakan sama dengan responden, apabila pemberian keterangannya dimintai keterangan oleh pihak peneliti. Informan dalam penelitian ini adalah divisi pembiayaan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan sebanyak 3 orang.

### 4. Sumber Data

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber dan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan.<sup>3</sup> Untuk memperoleh data primer ini peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada pihak-pihak yang bersangkutan yakni divisi pembiayaan di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

---

<sup>2</sup>Rahmad Kriyantono, *Tehnik Praktik Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, Ed. 1, Cet III, 2007), hlm. 156.

<sup>3</sup>Enny Radjab dan Andi Jam'ah, *Metode Penelitian Bisnis* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), hlm. 110.



## b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya. Data sekunder ini diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, dan lain-lain sebagainya.<sup>4</sup> Pada penelitian ini peneliti memperoleh data sekunder dari buku, jurnal, skripsi terdahulu dan website resmi Bank Sumut.

## 5. Tehnik Pengumpulan Data

Berikut ini merupakan tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini sebagai berikut:

### a. Wawancara

Metode wawancara merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpulan data melalui peneliti terhadap narasumber atau sumber data.<sup>5</sup> Selain itu peneliti dalam hal ini juga menggunakan *recorder* yang merekam percakapan selama wawancara berlangsung. Bertujuan dapat didengarkan kembali sehingga mudah untuk diidentifikasi kekurangan data ataupun pertanyaan selama wawancara.

Dengan menggunakan wawancara peneliti akan mendapatkan informasi yang mendalam. Adapun yang menjadi topik dalam wawancara dengan divisi pembiayaan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan berhubungan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor.

---

<sup>4</sup>*Ibid.* hlm.111.

<sup>5</sup>Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 181-183.

#### b. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi langsung terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu dari metode yang bertujuan untuk memperoleh data langsung dari lokasi penelitian, dokumentasi dapat berupa buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto dan rekaman.

### 6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah mengelompokkan pada suatu urusan, serta meningkatkan data sehingga mudah untuk dibaca. Urutan pertama membagi data atas kelompok atau kategori-kategori, seperti sesuai dengan masalah dan tujuan harus lengkap dan dapat dipisahkan sehingga dapat memecahkan masalah.<sup>6</sup> Tujuan analisis data adalah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode dan mengkategorikan untuk mendapatkan teori dari data.<sup>7</sup>

Adapun tehnik-tehnik atau langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data kualitatif deskriptif adalah sebagai berikut:

---

<sup>6</sup>Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Andi Offit, 1991), hlm.136.

<sup>7</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2000), hlm. 175-179.

- a. Editing data yaitu menyusun reduksi data menjadi suatu susunan kalimat yang sistematis.
- b. Klasifikasi data yaitu mengelompokkan dari hasil observasi (pengamatan langsung) dan wawancara, berdasarkan jawaban informan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diberikan peneliti.
- c. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu hasil wawancara terstruktur dan non terstruktur, sebagai pelengkap dan pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan dan dokumen pribadi seperti (foto, video, tab dan catatan).<sup>8</sup>
- d. Reduksi data yaitu mengidentifikasi bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian.<sup>9</sup>
- e. Deskriptif data, yaitu menguraikan data secara sistematis dengan kerangka pikir induktif.
- f. Interpretasi data, yakni menafsirkan data untuk diambil makna gambaran yang sesungguhnya.

Dengan melaksanakan langkah-langkah dalam pengolahan data, maka analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data serta memaparkan penelitian kualitatif deskriptif ini secara sistematis dengan fokus masalah yang diteliti.

---

<sup>8</sup>Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 1986), hlm. 10.

<sup>9</sup>Morissan, dkk. *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana Prenada Praktik (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hlm. 197.

## 7. Tehnik Pengecekan Keabsahan Data

Adapun hal-hal yang dapat dilakukan peneliti untuk mendapatkan keabsahan data yang akurat adalah sebagai berikut:

### a. Perpanjangan keikutsertaan

Penelitian dalam penelitian kualitatif adalah instrument itu sendiri. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi melakukan perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat data yang akan dikumpulkan.

### b. Triangulasi

Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu. Hal ini dapat dicapai dengan jalan sebagai berikut:

- 1) Membandingkan hasil data pengamatan dengan hasil wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang yang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- 3) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Kesimpulan bahwa triangulasi adalah seatu cara yang digunakan peneliti untuk mengecek keabsahan data yang diperoleh dengan membandingkannya antara yang diwawancarai dengan yang diobservasi.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**

Terbitnya peraturan pemerintah Nomor 1 Tahun 1995 merupakan tonggak awal berdirinya Bank Pembangunan Daerah di seluruh Indonesia dan dinyatakan bahwa di daerah-daerah provinsi dapat didirikan Bank Pembangunan Daerah. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akta Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan Undang-undang No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMN) sesuai Perda TK.I Sumatera Utara No. 5/1965, dengan model dan saham yang dimiliki Pemda TK.I dan Pemda TK. II Sumatera Utara.<sup>1</sup>

Kemudian dalam perkembangannya sesuai dengan kebutuhan maka pada tanggal 16 April 1999 bentuk hukum diubah menjadi perseroan terbatas sesuai dengan Akte Pendirian Perseroan Terbatas No. 38/1999 Notaris Alina Hanum Nasution, SH yang telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman RI No. C-8224 HT.01.01/1999. Dasar perubahan bentuk hukum sebelumnya telah diluahkan dalam perda TK.I Sumatera Utara No. 2/1999. Sesuai dengan kebutuhan dan

---

<sup>1</sup><https://www.banksumut.co.id/sejarah-bank-sumut/> diakses pada tanggal 20 Agustus 2022 pukul 10.00 WIB.

perkembangan selanjutnya dengan Akta No. 31 tanggal 15 Desember 1999.

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara membuka Unit Usaha Syariah yang didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat *religious*, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring keluarnya Fatwa MUI yang menyatakan bunga bank haram. Tentunya Fatwa MUI akan sangat mendorong masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Hasil survei Bank Sumut Utara Cabang Syariah yang dilakukan di delapan kota di Sumatera Utara menunjukkan minat masyarakat terhadap pelayanan bank cukup tinggi yakni 70 persen untuk tingkat ketertarikan dan lebih dari 50 persen untuk keinginan mendapatkan pelayanan Perbankan Syariah. Atas dasar itulah akhirnya pada tanggal 04 November 2004 Bank Sumatera membuka Unit Usaha Syariah dengan dua Kantor Cabang Syariah, yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Padangsidempuan.

## **2. Visi dan Misi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**

### **a. Visi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**

Visi yang ditetapkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah menjadi bank andalan untuk membantu dan

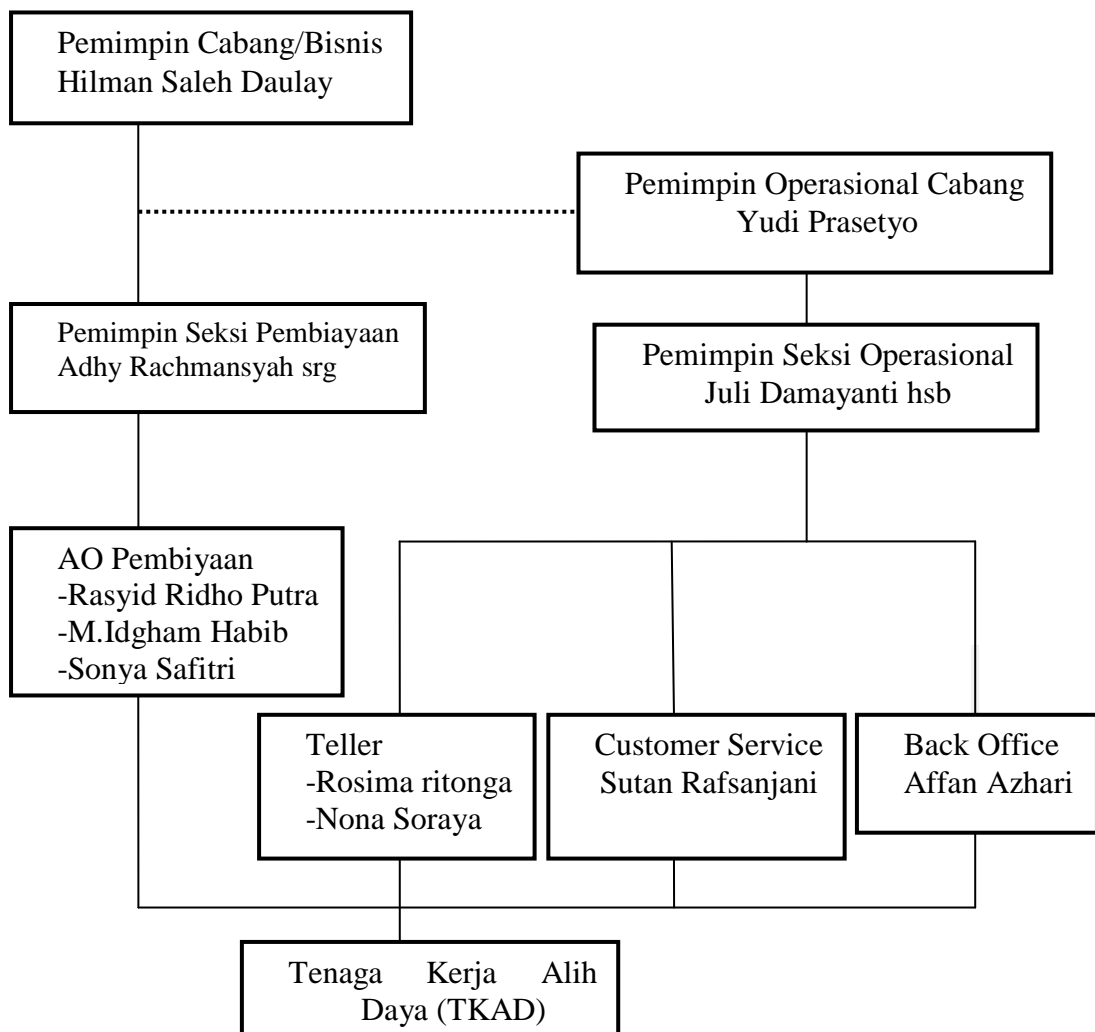
mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup masyarakat.

b. Misi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan

Misi yang ditetapkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah mengelola dana pemerintah secara profesional dan meningkatkan posisi bank sumut melalui prinsip layanan perbankan yang aman, adil dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional dan aman.

### 3. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Baru PT. Bank Sumut Cabang Syariah**  
**Padangsidempuan**



————— **Garis komando**

..... **Garis koordinasi**

*Sumber: Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*



Dimana garis komando yang dilambangkan dengan garis tidak putus-putus yang artinya posisi seseorang dalam struktur organisasinya posisi seseorang yang di atasnya boleh langsung memerikan perintah pada posisi seseorang yang berada dibawahnya. Sedangkan garis koordinasi yang dilambangkan dengan garis putus-putus seseorang yang dihubungkan dengan garis putus-putus tersebut dalam struktur tersebut tidak dapat langsung mengomando posisi dibawahnya, tetapi hanya sebagai koordinasi.

#### **4. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab**

##### **a. Pimpinan Cabang**

Tugas pimpinan cabang adalah :

- 1) Memimpin, mengkoordinir, membimbing dan mengawasi serta melakukan penilaian terhadap kinerja pejabat dan karyawan di lingkungan kantor cabang.
- 2) Membimbing dan mengarahkan kegiatan pelayanan kepada nasabah, penggunaan teknologi informasi, administrasi kredit, pengelolaan likuiditas serta memantau dan mengendalikan kegiatan-kegiatan tersebut.
- 3) Membimbing dan mengarahkan penyusunan rencana kerja tahunan, jangka menengah dan jangka panjang untuk diajukan kepada direksi dan selanjutnya menyusun action plan, melakukan koordinasi atas pelaksanaan rencana kerja yang telah disetujui direksi.

- 4) Bertanggung jawab atas seluruh operasional kantor cabang kepada direksi.
- 5) Bertanggung jawab atas kebenaran dan ketepatan waktu laporan-laporan yang berhubungan dengan kantor cabang.

b. Wakil Pimpinan Cabang

Tugas wakil pimpinan cabang adalah :

- 1) Memberikan saran-saran dan pertimbangan-pertimbangan kepada pemimpin cabang tentang langkah-langkah atau tindakan-tindakan yang perlu diambil di bagian tugasnya.
- 2) Membantu pemimpin cabang dalam membimbing dan mengawasi seluruh pekerjaan staf dan karyawan di lingkungan kantor cabang.
- 3) Mengkoordinir penyusunan usulan rencana kerja dari unit kerja yang di bawahinya.
- 4) Bertanggung jawab atas kelancaran dan kebenaran pelaksanaan seluruh operasional unit kerja yang disupervisinya.

c. Seksi Pemasaran/Pembiayaan

Tugas seksi pemasaran/pembiayaan adalah :

- 1) Mengawasi dan mengatur seluruh kegiatan pembiayaan di seksinya.
- 2) Menyusun rencana kerja dan anggaran tahunan serta action program sesuai bidang tugasnya.
- 3) Memberikan saran-saran dan atau pertimbangan-pertimbangan kepada pemimpin cabang tentang langkah-langkah atau tindakan-tindakan yang perlu diambil di bidang tugasnya.

- 4) Bertanggung jawab kepada pemimpin cabang.
- 5) Bertanggung jawab atas keamanan dan keselamatan seluruh perlengkapan inventaris dan dokumen yang berada di seksi pemasaran.
- 6) Melaksanakan tugas memasarkan produk dan jasa PT Bank Sumut khususnya pemasaran kredit.
- 7) Melaksanakan tugas survey taksasi lapangan terhadap permohonan kreditcalon debitur.

d. Teller

Tugas teller adalah :

- 1) Melaksanakan transaksi tunai untuk seluruh rekening yang ada, baik tabungan, deposito, giro, kredit dan setoran-setoran lainnya.
- 2) Pelaksana Pelayanan Informasi Nasabah Customer Service

e. Customer Service

Tugas Customer Service adalah :

- 1) Memberikan informasi tentang perkembangan produk dan jasa Bank Sumut kepada calon nasabah dan nasabah.
- 2) Melaksanakan tugas membuka rekening Tabungan, Deposito, Giro.
- 3) Melaksanakan proses permohonan dari nasabah berupa Surat Keterangan Bank SKB. Surat Keterangan Dukungan Dana SKDD.
- 4) Melayani permasalahan keluhan nasabah.

## **5. Produk Pembiayaan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**

PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan menyediakan produk dan jasa perbankan yang dilandaskan pada prinsip syariah dan pemberdayaan modal secara produktif, untuk keamanan dan kemudahan investasi. Adapun produk pembiayaan yang ditawarkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

### **a. Produk Pembiayaan**

Dalam produk ini PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan hanya dikhususkan untuk mencari nasabah di seluruh lapisan masyarakat dan perusahaan untuk bekerja sama dalam hal pembiayaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

#### **1) Pembiayaan *Murâbahah***

Pembiayaan *Murâbahah* adalah jual beli atas suatu barang dengan harga yang telah disepakati dari awal pada kesempatan kedua belah pihak, dimana harus jelas disebutkan berapa harga pokok yang harus dibayar dan margin keuntungannya. Pada pembiayaan mudharabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan ini ada berbagai macam produk diantaranya adalah sebagai berikut:

a) *Murâbahah* KPR iB-Griya

*Murâbahah* KPR iB-Griya ini merupakan pembiayaan yang digunakan oleh debitur yang ingin membeli rumah baru dengan memohon pembiayaan kepada pihak bank untuk pembayaran dimuka oleh bank yang bersangkutan kemudian debitur yang akan mencicil kepada peihak perusahaan.

b) *Murâbahah* Multiguna

*Murâbahah* Multiguna merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serba guna yang dibutuhkan oleh debitur dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup atau pembiayaan multiguna adalah produk pembiayaan multiguna Bank Sumut Unit Usaha Syariah yang diberikan kepada PNS/CPNS, Pegawai BUMD Pemprov Sumatera Utara, dan Pegawai BLUD Provinsi Sumatera Utara yang pembayaran gajinya melalui Bank Sumut yng bertujuan untuk pembelian kendaraan bermotor. Adapun pembiayaan multiguna untuk pembelian kendaraan bermotor yaitu sepeda motor dan mobil, dimana kendaraan bermotor adalah sepeda motor dan mobil yang baru, jenis dan spesifikasinya sesuai dengan jenis dan spesifikasi dari dealer kepada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Dalam hal ini pemberian pembiayaan multiguna sepeda motor terhadap nasabah, PT. Bank Sumut Cabang Syariah

Padangsidimpuan menetapkan prosedur yang ditetapkan secara internal dan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pihak. Prosedur adalah hal yang perlu diperhatikan dalam pembiayaan sebagai salah satu kegiatan operasional bank syariah. Prosedur Pembiayaan dilakukan sebagian besar oleh *Account Manager* (AM). Berdasarkan keterangan *Sub Branch Manager* (SBM) dan *Account Manager* (AM), prosedur pembiayaan terhadap semua pembiayaan adalah sama. Sesuai dengan keterangan SBM dan AM bahwa ada beberapa hal yang wajib dilakukan agar pembiayaan multiguna sepeda motor bisa dilaksanakan yaitu:

- a. Pemohon
- b. Penerimaan dan verifikasi kelengkapan berkas
- c. Verifikasi persyaratan berkas
- d. Membuat surat rekomendasi
- e. Verifikasi surat rekomendasi
- f. Penandatanganan surat rekomendasi
- g. Penyerahan surat rekomendasi kepada pemohon.

Adapun persyaratannya yaitu sebagai berikut:

- 1) Fotocopy sah SK PNS
- 2) Fotocopy Sah SK CPNS
- 3) Fotocopy Sah SK Terakhir
- 4) Fotocopy Sah Taspen

- 5) Fotocopy Sah KARPEG
- 6) Fotocopy Sah daftar gaji bulan terakhir
- 7) Fotocopy Sah kartu keluarga
- 8) Fotocopy Sah KTP suami/istri
- 9) Fotocopy Sah akta nikah
- 10) Fotocopy Sah buku rekening bank sumut
- 11) Pas photo suami/istri.<sup>2</sup>

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi pendukung penelitian ini adalah skripsi Ayu Hafizah yang berjudul “Pelaksanaan Akad *Murâbahah* Pada Produk Pembiayaan iB Muamalat Multiguna di Bank Muamalat Indonesia Cabang Utama Medan Sudirman menyatakan bahwa:

Proses pelaksanaan pembiayaan tersebut terjadi ketika nasabah mengajukan permohonan kepada bank syariah, nasabah diminta untuk mengisi form untuk pembiayaan yang diinginkan serta melengkapi semua persyaratannya.<sup>3</sup>

c) *Murâbahah* Investasi

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

---

<sup>2</sup><https://sippn.menpan.go.id/pelayanan-publik/sumatera-utara/kabupaten-batu-bara/dinas-pendidikan/pengajuan-kredit-multiguna-bank-sumut> diakses Pada tanggal 21 September 2020 Pukul 22 Wib.

<sup>3</sup>Ayu Hafizah, “Pelaksanaan Akad Murabahah Pada Produk Pembiayaan iB Muamalat Multiguna di Bank Muamalat Indonesia Cabang Utama Medan Sudirman” (Skripsi, *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2019).

transportasi atau bisa juga *Murâbaḥah* investasi adalah pembiayaan jual beli (*Murâbaḥah*) yang digunakan untuk kebutuhan investasi produktif.<sup>4</sup>

d) *Murâbaḥah* Konsumsi

*Murâbaḥah* Konsumsi adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dalam kehidupannya seperti: kendaraan, merenovasi rumah, laptop dan sebagainya atau bisa juga *Murâbaḥah* konsumsi adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang dipergunakan untuk membiayai barang-barang konsumtif. Pembiayaan ini biasanya ditujukan bagi perorang atau individu untuk keperluan pribadi. Pengembalian pembiayaan bersal dari pendapatan lainnya bukan dari objek yang dibiayai.<sup>5</sup> Pembiayaan konsumtif biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan sekunder, yaitu kebutuhan tambahan yang lebih mewah dari kebutuhan primer.

2) Pembiayaan iB-Modal Kerja

Pembiayaan iB-Modal Kerja di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan akad *Muḍârabah* dan *Musyârahah*. Pembiayaan *Muḍârabah* modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik

---

<sup>4</sup><https://www.banknagari.co.id/produk?pge=qtmMoa0vSEYnslGqaHdruw%3D%3D>, pada tanggal 15 Desember 2022 pukul 8.19 WIB.

<sup>5</sup>katan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kredit Secara Sehat*, Edisi 1, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2014), hlm. 248.



(*shahibu mal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melaksanakan kegiatan usaha tertentu dengan pembagian keuntungan/ bagi hasil dengan menggunakan metode bagi hasil antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Pembiayaan *Musyârahah* modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik dana modal untuk mencampurkan dana/modal mereka pada suatu tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

### 3) Gadai Emas

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

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**

Sebagai mestinya dalam dunia perbankan di Indonesia yang semakin maju banyak terjadi persaingan antara bank yang satu dengan bank lainnya. Hal ini dikarenakan setiap bank ingin meningkatkan laba perusahaan dan memberikan pelayanan produk dan jasa yang terbaik bagi masyarakat. Untuk dapat mempertahankan dan menarik calon nasabah baru maka pihak bank menciptakan berbagai macam produk yang berkualitas dan mengenkannya kepada masyarakat dalam strategi pemasaran yang efektif.

Secara umum strategi pemasaran adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

Pembiayaan multiguna merupakan penyediaan dana untuk berbagai keperluannya yang bersifat konsumtif/investasi/modal kerja dengan prinsip jual beli (*Murâbahah*) dan untuk keperluan *take over* dengan prinsip *Musyârahah mutanaqishah*, serta untuk memberikan tambahan fasilitas pembiayaan (*top up*) kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan baik dengan prinsip jual beli (*Murâbahah*) maupun prinsip *Musyârahah mutanaqishah*. Sedangkan kendaraan bermotor menurut PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah sepeda motor yang baru, jenis dan spesifikasinya sesuai dengan jenis dan spesifikasi dari Dealer kepada PT. Bank Sumut (termasuk kendaraan bermotor listrik).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Adhy Rachmansyah Siregar selaku pimpinan seksi pembiayaan mengatakan bahwa:

Sasaran untuk pembiayaan multiguna sepeda motor ini yaitu: PNS/CPNS Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, Pemerintah Kabupaten/Kota Sumatera Utara, Pegawai BUMN Pemerintah Provinsi Sumatera Utara yang pembayaran gajinya melalui Bank Sumut, Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) Provinsi Sumatera Utara, PNS/CPNS usia  $\leq 57$  tahun, Pegawai BUMD Pemerintah Provinsi Sumatera Utara usia  $\leq 55$  tahun, dan Pegawai BLUD Provinsi Sumatera Utara usia  $\leq 57$  tahun pada saat Pengajuan Pembiayaan, mendapatkan surat *Pre Approved Offering Letter*, dan kolektibilitas pada SLIK sandi 1 (lancar) di Bank Sumut.<sup>6</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Sonya Safitri selaku karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan mengatakan bahwa:

---

<sup>6</sup>Adhy Rachmansyah Siregar, *Pemimpin Seksi Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 09 Mei 2022.

Produk pembiayaan multiguna sepeda motor ini mengalami perkembangan jumlah nasabah yang masih *fluaktif* (berubah) dalam setiap bulannya karna dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, dimana faktor internalnya yaitu lingkungan yang terdiri dari variabel kelemahan, dimana variabel kelemahan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu di bagian unit terbatas (bagian barang), karena otomatis untuk menunggu unit (barang) tersebut ada, sehingga pencairan untuk sepeda motor itu akan menjadi lama ataupun terlambat dan menyebabkan nasabah menunggu untuk mendapatkan sepeda motor tersebut. Sedangkan untuk faktor eksternal yaitu lingkungan yang terdiri dari variabel Ancaman, dimana variabel ancaman PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu pesaing antar bank yang sudah mulai bersaing dalam memasarkan produk pembiayaan sepeda motor dan minimnya pengetahuan masyarakat yang memiliki penghasilan tetap disetiap bulannya, tentang produk pembiayaan multiguna sepeda motor ini, sehingga minat masyarakat terhadap produk pembiayaan multiguna sepeda motor tersebut masih kurang. Produk ini menggunakan akad murabahah yang sangat bagus untuk diberikan kepada masyarakat menengah ke atas dalam mencapai keinginan dalam memiliki sepeda motor.<sup>7</sup>

Strategi pemasaran yang dilakukan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam memasarkan produk pembiayaan multiguna sepeda motor yaitu dengan cara menerapkan konsep produksi, produk, penjualan, pemasaran, serta dengan menerapkan empat unsur yang terdapat pada bauran pemasaran atau *marketing mix* yakni strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Di samping itu wawancara bersama bapak Adhy Rachmansyah Siregar selaku pimpinan seksi pembiayaan juga menyampaikan bahwa PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan memiliki strategi yang digunakan dalam memasarkan produk pembiayaan multiguna sepeda motor yaitu:<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Sonya Safitri, *AO Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 20 September 2022.

<sup>8</sup>Adhy Rachmansyah Siregar, *Pemimpin Seksi Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 20 September 2022.

### 1) Strategi dalam bidang Produk (*Product*)

Dalam strategi pemasaran produk, perusahaan harus dapat mengutamakan kepentingan dari segi kebutuhan konsumen agar dapat terpenuhi, produk merupakan unsur terpenting dalam tawaran pemasaran. Oleh karena itu PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan mengeluarkan salah satu produk yang dikenal dengan nama pembiayaan multiguna kendaraan bermotor yakni sepeda motor yang merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada PNS/ASN, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, Pemerintah Kabupaten/Kota Sumatera Utara, Pegawai BUMN Pemerintah Provinsi Sumatera Utara yang pembayaran gajinya melalui Bank Sumut, Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) Provinsi Sumatera Utara, PNS/CPNS usia  $\leq 57$  tahun, Pegawai BUMD Pemerintah Provinsi Sumatera Utara usia  $\leq 55$  tahun, dan Pegawai BLUD Provinsi Sumatera Utara usia  $\leq 57$  tahun pada saat Pengajuan Pembiayaan, mendapatkan surat *Pre Approved Offering Letter*, dan kolektibilitas pada SLIK sandi 1 (lancar) di Bank Sumut, untuk membeli kendaraan bermotor yaitu sepeda motor, yang bentuknya disesuaikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari para calon pembeli sepeda motor tersebut.

Pembiayaan multiguna sepeda motor adalah produk yang dalam pelaksanaannya menggunakan akad *Murâbahah* (jual beli). Akad *Murâbahah* adalah jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sonya Safitri selaku karyawan

PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan mengatakan bahwa:

Keunggulan dari pembiayaan multiguna sepeda motor ini seperti angsuran yang ringan, dan jika dilihat dari segi harga, Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan tentu unggul karena sistem syariahnya yang tidak mengharuskan adanya DP, jangka waktu yang ditawarkan hingga 60 bulan (5 tahun), *margin* tetap (*flat*) sebesar 10,5% p.a anuitas dengan proses yang cepat dan mudah bisa langsung memiliki sepeda motor yang diinginkan. Selain itu pula cicilan pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan lebih terjangkau. Tentunya hal ini yang menjadi kelebihan pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dan menjadi keuntungan bagi nasabah yang melakukan pembiayaan tersebut.<sup>9</sup>

## 2) Strategi dalam bidang Harga (*Price*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sonya Safitri menyampaikan bahwa:

Harga merupakan aspek penting strategi pemasaran yang dilakukan, karena harga menentukan laku tidaknya produk, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan tidak dikenakan biaya administrasi, serta proses yang dilakukan lebih cepat dan lebih murah karena proses pembiayaannya pihak bank langsung memotong setiap bulannya sebesar 80% dari gaji/sisa gaji nasabah pembiayaan sepeda motor tersebut, dan nasabah dapat mengajukan permohonan pembelian kendaraan bermotor lebih dari 1 (satu) unit, seperti contohnya: PNS/ASN ini sudah memiliki pinjaman di bank lain rupanya gajinya hanya sisa terbilang Rp1.000.000, kita hanya boleh mengambil gajinya sebesar 80% dari Rp1.000.000 tersebut dan yang bisa diambil hanya sebesar Rp.800.0000 dari maksimal angsurannya dan 20% ini harus disisakan di dalam rekeningnya. Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan memberikan harga yang murah untuk pembelian sepeda motor untuk calon nasabah, harga dalam pembiayaan sepeda motor ditetapkan dari harga pasar dan

---

<sup>9</sup>Sonya Safitri, *AO Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan*, Wawancara di Padangsidimpuan, tanggal 20 September 2022.

penetapan pembiayaan tersebut oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.<sup>10</sup>

### 3) Strategi dalam bidang Tempat (*Place*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Idgham Habib karyawan bank pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan mengatakan bahwa:

Memilih lokasi yang strategis merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk, dengan lokasi yang strategis nasabah sangat mudah menjangkau lokasi bank tersebut. Oleh karena itu, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan merupakan tempat yang beralokasi di pusat kota Padangsidempuan serta mudah dijangkau oleh konsumen sehingga tidak menyebabkan kegiatan ekonomi terganggu, sarana pemasaran yang memadai dan dekat dengan kota dapat mempercepat penjualan produk ke sasaran pasar.<sup>11</sup>

### 4) Strategi dalam bidang Promosi (*Promotion*)

Promosi penjualan unsur utama dalam kampanye pemasaran. Melalui promosi akan mempercepat pencapaian tujuan strategi pemasaran kepada konsumen karena dengan promosi konsumen dapat mengetahui informasi tentang produk yang sedang dipromosikan, serta dapat menarik pelanggan baru dan membangun kendaraan untuk melakukan investasi pada bank syariah. Sedangkan hasil wawancara dengan Bapak Adhy Rachmansyah Siregar selaku pimpinan seksi

---

<sup>10</sup>Sonya Safitri, *AO Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 20 September 2022.

<sup>11</sup>Muhammad Idgham Habib, *Karyawan pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 20 September 2022.

pembiayaan bahwa promosi yang dilakukan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu:<sup>12</sup>

- a) Promosi melalui radio, brosur, surat kabar, digital marketing atau melalui media sosial, diharapkan agar masyarakat Kota Padangsidempuan agar lebih mengetahui tentang produk yang ada pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan khususnya produk pembiayaan multiguna sepeda motor.
- b) Publisitas yaitu dengan mengikuti acara kemasyarakatan di tiap waktu dan berbagai tempat.
- c) Melakukan promosi penjualan ke dinas ketenaga kerjaan ataupun PNS (Pegawai Negeri Sipil) yang berada di Kota Padangsidempuan dan mengharapakan agar promosi pemasaran lebih luas dan dapat mencapai target yang diharapkan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Sedangkan yang peneliti amati dilapangan Promosi dalam hal spanduk ataupun brosur yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan masih kurang dapat dilihat di tempat khalayak ramai masih sedikit dan hanya ada di area PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan saja, sehingga masyarakat umum banyak tidak mengetahui adanya pembiayaan multiguna sepeda motor tersebut dan mengakibatkan jumlah nasabah dalam setiap bulannya tidak memenuhi target PT. Bank Sumut

---

<sup>12</sup>Adhy Rachmansyah Siregar, *Pemimpin Seksi PembiayaanBank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 20 September 2022.

Cabang Syariah Padangsidempuan dan hanya bertambah sedikit nasabah saja.

## **2. Tantangan dan Hambatan Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Idgham Habib selaku karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan menjelaskan tantangan dan hambatan dalam memasarkan produk Pembiayaan Multiguna Sepeda motor sebagai berikut:<sup>13</sup>

- a. Jumlah nasabah Pembiayaan Multiguna Sepeda motor yang diharapkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan masih belum mencapai target yang diharapkan, Dimana jumlah nasabah yang ditetapkan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu sebanyak 55 nasabah dalam setiap bulannya, hal ini terjadi karena kurang efektifnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Tantangan ini akan segera diatasi oleh bank dengan memasarkan produknya untuk lebih efektif lagi dalam memasarkan ataupun melakukan promosi pada produk Pembiayaan Multiguna Sepeda motor ini.
- b. Faktor Internal yaitu kendala yang datang dari PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu di bagian unit terbatas (bagian barang), karena otomatis untuk menunggu unit (barang) tersebut ada, sehingga

---

<sup>13</sup>Muhammad Idgham Habib, *Karyawan pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 20 September 2022.



pencairan untuk sepeda motor itu akan menjadi lama ataupun terlambat dan menyebabkan nasabah menunggu untuk mendapatkan sepeda motor tersebut.

- c. Faktor Eksternal yang menjadi kendala adalah pesaing antar bank yang sudah mulai bersaing dalam memasarkan produk pembiayaan sepeda motor dan minimnya pengetahuan masyarakat yang memiliki penghasilan tetap setiap bulannya tentang produk pembiayaan multiguna sepeda motor, sehingga minat masyarakat terhadap produk pembiayaan multiguna sepeda motor tersebut masih kurang.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan multiguna sepeda motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor yang dilakukan dalam memasarkan produk ini adalah dengan cara menerapkan konsep produksi, produk, penjualan, pemasaran serta dengan menerapkan empat unsur yang terdapat pada bauran pemasaran atau *marketing mix* yakni:

- a. Strategi Produk, dimana PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan mengeluarkan salah satu produk yang dikenal dengan nama pembiayaan multiguna kendaraan bermotor yakni sepeda motor yang merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada

PNS/ASN, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, Pemerintah Kabupaten/Kota Sumatera Utara, Pegawai BUMN Pemerintah Provinsi Sumatera Utara yang pembayaran gajinya melalui Bank Sumut, Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) Provinsi Sumatera Utara, PNS/CPNS usia  $\leq 57$  tahun, Pegawai BUMD Pemerintah Provinsi Sumatera Utara usia  $\leq 55$  tahun, dan Pegawai BLUD Provinsi Sumatera Utara usia  $\leq 57$  tahun pada saat Pengajuan Pembiayaan, mendapatkan surat *Pre Approved Offering Letter*, dan kolektibilitas pada SLIK sandi 1 (lancar) di Bank Sumut, untuk membeli kendaraan bermotor yaitu sepeda motor, yang bentuknya disesuaikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari para calon pembeli sepeda motor tersebut.

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi pendukung penelitian ini adalah skripsi Zhela Nordiana yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Multiguna Berdasarkan Sifat Wajib Rasulullah di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo menyatakan bahwa:

Strategi pemasaran yang digunakan pada produk tabungan iB multiguna ini yaitu strategi bauran pemasaran 4P yang meliputi: *Produk, Price, Place, dan Promotion*. Dan dalam memasarkan produknya staf Bank Syariah Bukopin Sidoarjo sudah sesuai dengan sifat wajib bagi Rasulullah yaitu bekerja dengan menerapkan sifat *siddik, amanah, fatanah, dan tabligh*.<sup>14</sup>

- b. Strategi Harga, dimana harga merupakan aspek penting strategi pemasaran yang dilakukan, karena harga menentukan laku tidaknya

---

<sup>14</sup>Zhela Nordiana, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Multiguna Berdasarkan Sifat Wajib Rasulullah di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo” (Skripsi, *UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2018).

produk, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan tidak dikenakan biaya administrasi, serta proses yang dilakukan lebih cepat dan lebih murah karena proses pembiayaannya pihak bank langsung memotong setiap bulannya sebesar 80% dari gaji/sisa gaji nasabah pembiayaan sepeda motor tersebut, dan nasabah dapat mengajukan permohonan pembelian kendaraan bermotor lebih dari 1 (satu) unit.

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi pendukung penelitian ini adalah jurnal Annissyafira Ula Paramadina dan Arnida Wahyuni Lubis yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna-Aparatur Sipil Negara pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Bank Sumuut Kantor Cabang Pembantu Syariah Simpang Kayu Besar menyatakan bahwa:

Strategi pemasaran dengan *Marketing Mix* Selama masa pandemi dapat memberikan peningkatan dan pengembangan dalam bidang pembiayaan.<sup>15</sup>

- c. Strategi Tempat, dimana PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan merupakan tempat yang beralokasi di pusat kota Padangsidimpuan serta mudah dijangkau oleh konsumen sehingga tidak menyebabkan kegiatan ekonomi terganggu, sarana pemasaran yang memadai dan dekat dengan kota dapat mempercepat penjualan produk ke sasaran pasar.

---

<sup>15</sup>Annissyafira Ula Paramadina dan Ardina Wahyuni Lubis, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna-Aparatur Sipil Negara pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Bank Sumuut Kantor Cabang Pembantu Syariah Simpang Kayu Besar” (<https://journal.uhamka.ac.id/index.php/al-urban/article/view/6928>), *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, Volume 5 (1), 2021).

d. Strategi Promosi, dimana promosi yang paling sering dilakukan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah promosi melalui radio, brosur, surat kabar, *digital marketing* atau melalui media sosial, mengikuti acara kemasyarakatan di tiap waktu dan berbagai tempat, bekerja sama dengan showroom yang sudah kerjasama dengan *Memorandum of Understanding* (MoU)/perjanjian kerja sama, melakukan promosi penjualan ke dinas ketenaga kerjaan ataupun PNS (Pegawai Negeri Sipil) yang berada di Kota Padangsidempuan.

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi pendukung penelitian ini adalah jurnal Herwandi Agustian yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna BESS FINANCE di Kota Baturaja" menyatakan bahwa:

Dengan turun langsung ke masyarakat dan menawarkan jasa pembiayaan multiguna. Penerapan *interest* (ketertarikan) yang dilakukan PT. Bess Finance dengan cara menawarkan keunggulan dari jasa pembiayaan multiguna dan penerapan *desire* (keinginan) marketing Bess Finance dengan cara lebih memberikan keunggulan dan keistimewaan yang akan didapatkan dari jasa pembiayaan multiguna yang ditawarkan.<sup>16</sup>

Faktor yang memengaruhi menurunnya jumlah nasabah atau tidak tercapainya target pembiayaan multiguna sepeda motor ini dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu kendala yang datang dari PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu di bagian unit terbatas (bagian barang),

---

<sup>16</sup>Herwandi Agustian, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna BESS FINANCE di Kota Baturaja", *Journal Of Social Sciences and Politics*, Vol. 7 No. 2 April 2020.

karena otomatis untuk menunggu unit (barang) tersebut ada, sehingga pencairan untuk sepeda motor itu akan menjadi lama ataupun terlambat dan menyebabkan nasabah menunggu untuk mendapatkan sepeda motor tersebut. Faktor eksternal yang menjadi kendala adalah pesaing antar bank yang sudah mulai bersaing dalam memasarkan produk pembiayaan sepeda motor dan minimnya pengetahuan masyarakat yang memiliki penghasilan tetap setiap bulannya tentang produk pembiayaan multiguna sepeda motor, sehingga minat masyarakat terhadap produk pembiayaan multiguna sepeda motor tersebut masih kurang.

Dalam mencapai keberhasilan pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor, diperlukan pengelolaan sumber daya manusia dalam memberikan keterampilan serta pengarahan yang efektif untuk menghadapi kompetisi dalam memasarkan produk pembiayaan multiguna sepeda motor ini dan dapat dilakukan dengan menambahkan spanduk ataupun brosur ke khalayak ramai/ masyarakat banyak sehingga masyarakat mengetahui dan mengenal adanya pembiayaan multiguna sepeda motor di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, sehingga dapat menambah jumlah nasabah pembiayaan tersebut dan sekaligus memenuhi target setiap bulannya yang telah ditetapkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. .

Oleh karena itu pemasaran yang dilakukan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan diharapkan agar lebih dapat

mengarahkan kegiatan usaha pemasaran, agar dapat tercapainya tujuan dan sasaran pemasaran yang diinginkan, untuk menghadapi persaingan serta dapat banyak konsumen. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi pendukung penelitian ini adalah skripsi Rena Ayu yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Dalam Menarik Minat Nasabah Menabung di Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Binjai menyatakan bahwa:

Bahwa Bank Sumut Syariah KCP Binjai memiliki kekuatan dan peluang sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mendukung perkembangan dan kebijakan pertumbuhan secara signifikan pada Bank Sumut Syariah KCP Binjai.<sup>17</sup>

Berdasarkan keempat strategi yang digunakan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memasarkan produk pembiayaan multiguna sepeda motor, maka dapat peneliti simpulkan dari keempat strategi tersebut bahwa yang paling penting untuk mendukung berjalannya pembiayaan multiguna sepeda motor yaitu strategi dalam bidang harga, karena harga menentukan laku tidaknya produk pembiayaan multiguna sepeda motor ini, sehingga dengan adanya harga maka pihak bank dapat menawarkan berbagai kelebihan dari produk pembiayaan multiguna sepeda motor ini seperti tidak dikenakan biaya administrasi, jangka waktu yang ditawarkan hingga 60 bulan (5 tahun), margin tetap sebesar 10,5% p.a anuitas, tidak mengharuskan adanya DP, serta proses yang dilakukan lebih cepat dan

---

<sup>17</sup>Rena Ayu, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Dalam Menarik Minat Nasabah Menabung di Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Binjai”(Skripsi, *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2021).

lebih murah dan menjadi keuntungan bagi nasabah yang melakukan pembiayaan tersebut.

#### **D. Keterbatasan Hasil Penelitian**

Seluruh hasil kegiatan penelitian dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis, namun peneliti berusaha agar keterbatasan ini tidak sampai mengurangi makna dari hasil penelitian yang telah diperoleh.

Adapun keterbatasan dihadapi selama meneliti dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang
2. Keterbatasan bahan materi seperti buku-buku referensi untuk buku pembiayaan multiguna sepeda motor yang dibutuhkan peneliti dalam penulisan skripsi ini membuat peneliti mendapatkan sedikit kendala dalam teorinya.
3. Keterbatasan waktu peneliti dengan pihak responden yang tidak mencukupi untuk penilaian lebih lanjut
4. Dalam melakukan wawancara penulis tidak mengetahui tentang kejujuran responden dalam memberikan jawaban setiap pertanyaan yang diberikan sehingga memengaruhi data.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi dapat diselesaikan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan produk PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam memasarkan produk pembiayaan multiguna sepeda motor yaitu dengan cara menerapkan konsep produksi, produk, penjualan, pemasaran serta dengan menerapkan empat unsur yang terdapat pada bauran pemasaran atau *marketing mix* yakni:

- a. Strategi Produk, dimana PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan mengeluarkan salah satu produk yang dikenal dengan nama pembiayaan multiguna kendaraan bermotor yakni sepeda motor yang merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada PNS/ASN, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, Pemerintah Kabupaten/Kota Sumatera Utara, Pegawai BUMN Pemerintah Provinsi Sumatera Utara yang pembayaran gajinya melalui Bank Sumut, Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) Provinsi Sumatera Utara, PNS/CPNS usia  $\leq 57$  tahun, Pegawai BUMD Pemerintah Provinsi Sumatera Utara usia  $\leq 55$  tahun, dan Pegawai BLUD Provinsi Sumatera Utara usia  $\leq 57$  tahun pada saat Pengajuan Pembiayaan, mendapatkan surat *Pre Approved Offering Letter*, dan kolektibilitas pada SLIK sandi 1 (lancar) di Bank Sumut, untuk membeli kendaraan bermotor yaitu sepeda motor, yang



bentuknya disesuaikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari para calon pembeli sepeda motor tersebut.

- b. Strategi Harga, dimana harga merupakan aspek penting strategi pemasaran yang dilakukan, karena harga menentukan laku tidaknya produk, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan tidak dikenakan biaya administrasi, serta proses yang dilakukan lebih cepat dan lebih murah karena proses pembiayaannya pihak bank langsung memotong setiap bulannya sebesar 80% dari gaji/sisa gaji nasabah pembiayaan sepeda motor tersebut, dan nasabah dapat mengajukan permohonan pembelian kendaraan bermotor lebih dari 1 (satu) unit.
- c. Strategi Tempat, dimana PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan merupakan tempat yang beralokasi di pusat kota Padangsidempuan serta mudah dijangkau oleh konsumen sehingga tidak menyebabkan kegiatan ekonomi terganggu, sarana pemasaran yang memadai dan dekat dengan kota dapat mempercepat penjualan produk ke sasaran pasar.
- d. Strategi Promosi, dimana promosi yang paling sering dilakukan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah promosi melalui radio, brosur, surat kabar, *digital marketing* atau melalui media sosial, mengikuti acara kemasyarakatan di tiap waktu dan berbagai tempat, bekerja sama dengan showroom yang sudah kerjasama dengan *Memorandum of Understanding* (MoU)/perjanjian kerja sama, melakukan promosi

penjualan ke dinas ketenaga kerjaan ataupun PNS (Pegawai Negeri Sipil) yang berada di Kota Padangsidempuan

Produk pembiayaan multiguna sepeda motor ini menjelaskan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan tersebut masih belum efektif dan perkembangan jumlah nasabah masih belum sesuai yang diharapkan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Dimana jumlah nasabah yang ditetapkan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu sebanyak 55 nasabah dalam setiap bulannya, hal ini terjadi karena kurang efektifnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik dari pembahasan sebelumnya, maka diajukan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat diarahkan agar dapat menambah variabel dalam penelitiannya, mengingat variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas. Serta memperhatikan subjek penelitian lain karena masih banyak subjek penelitian lain yang dapat digunakan.
2. Untuk PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan diharapkan untuk melakukan promosi dan sosialisasi secara terus menerus karena potensi masyarakat untuk mengetahui produk pembiayaan multiguna sepeda motor ini masih kurang, seperti halnya dengan menambahkan spanduk ataupun brosur ke khalayak ramai/ masyarakat banyak sehingga

masyarakat mengetahui dan mengenal adanya pembiayaan multiguna sepeda motor di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, sehingga dapat menambah jumlah nasabah pembiayaan tersebut dan sekaligus memenuhi target setiap bulannya yang telah ditetapkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, serta memperbaiki strategi pemasaran yang diterapkan, agar pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan berjalan lancar dan baik.

3. Perlu dilakukan sosialisasi secara berkelanjutan kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui seluk beluk tentang Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan ataupun produk-produk pada bank tersebut, khususnya pada produk pembiayaan multiguna sepeda motor. Terus mengembangkan produk dan meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap nasabah, sehingga dapat menjadi bank yang tetap memiliki kepercayaan kepada masyarakat Indonesia di sektor pembiayaan sepeda motor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, Makkasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makkasar, 2017.
- Ade Priangani, “Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global”, *Dalam Jurnal Kebangsaan*, Volume 2, No.4, Juli 2013, <https://media.neliti.com/media/publications/103775-ID-memperkuat-manajemen-pemasaran-dalam-kon.pdf>, diakses 24 Mei 2022 pukul 10.13 WIB.
- Ah Azharuddin Latif, “Konsep dan Aplikasi Akad *Murâbahah* pada Perbankan Syariah di Indonesia” *Jurnal UIN Jakarta*, Vol.12 no.2, 2012, diakses pada 15 Desember 2022 pukul 11.36 WIB.
- Andi Munawarman, *Sejarah Sepeda Motor*, [www.HukumOnline.com](http://www.HukumOnline.com) diakses pada tanggal 25 mei 2022 pukul 22.17 wib
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Annisyaifira Ula Paramadina dan Ardina Wahyuni Lubis, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna-Aparatur Sipil Negara pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Simpang Kayu Besar” (<https://journal.uhamka.ac.id/index.php/al-urban/article/view/6928>), *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, Volume 5 (1), 2021.
- Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, Yogyakarta: Kobis, 2014.
- Bank Sumut, “Kredit Multiguna” <https://www.banksumut.co.id/kredit-multiguna/>, diakses 06 April 2022 pukul 10.00 WIB.
- BFI finance, “Memahami Pembiayaan Multiguna Beserta Risikonya (Terbaru)” <https://www.bfi.co.id/id/blog/memahami-pembiayaan-multiguna-beserta-resikonya>, diakses 25 Mei 2022 pukul 22.27 WIB.
- Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Satu Nusa, 2011.
- David, *Manajemen Strategi Konsep*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya: Mahkota Surabaya, 2002.

Diakses pada <https://text-id.123dok.com/document/nq7w377kz-sejarah-singkat-bank-sumut-syariah.html> pada tanggal 1 Juni 2022 pukul 9.40 wib

Diakses <https://www.banksumut.co.id/sejarah-bank-sumut/> pada tanggal 20 Agustus 2022 pukul 10.00 WIB

Diakses <https://sippn.menpan.go.id/pelayanan-publik/sumatera-utara/kabupaten-batu-bara/dinas-pendidikan/pengajuan-kredit-multiguna-bank-sumut> Pada tanggal 21 September 2020 Pukul 22 Wib.

Dumairi Nor, *Ekonomi Syariah Versi Salaf*, Pasuruan: Pustaka Sidogiri, 2008.

Eddy Radjab dan Andi Jam'ah, *Meode Penelitian Bisnis*, Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017.

Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi, *Tehnik Analisis SWOT*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016.

Heri Sudarsono, *Manajemen Pemasaran*, Jember: CV. Pustaka Abadi, 2020.

Herwandi Agustian, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna BESS FINANCE di Kota Baturaja", *Journal Of Social Sciences and Politics*, Vol. 7 No. 2 April 2020.

<https://www.banknagari.co.id/produk?pge=qtmMoa0vSEYnslGqaHdruw%3D%3D>, pada tanggal 15 Desember 2022 pukul 8.19 WIB.

Huda Maulana dan Soepatini, *Segmenting, Targetting, dan Positioning*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2021.

Hutabarat, Jemsly dan Martani Huseini, *Strategi: Pendekatan Komprehensif dan Terintegrasi Strategic Excellence dan Operatiobal Excellence secara simultan*, Jakarta: Penerbit Universitas Indonesi, 2012.

Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kredit Secara Sehat*, Edisi 1, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2014.

Ismail, *Perbankan Syariah*, Surabaya: Kencana, 2011.

Ita Nurcholifah, "Strategi Marketing MIX dalam Persfektif Syariah", <https://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/khatulistiwa/article/view/230/188>, *Jurnal IAIN Pontianak*, vol.4 no.1, 2014, diakses 24 juni 2022 pukul 10.16 WIB.

- Jhonny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Banyumedia publishing, 2006.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : Rajawali Pers, 2013.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan* , Jakarta: Rajawali pers, 2012.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2003.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2000.
- Morissan, dkk. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana Prenada Praktik, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Muhammad Arif, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Muhammad Idgham Habib, *Karyawan pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 20 September 2022.
- Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani, 2004, Cet. Ke-1
- Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makkasar: CV SAH MEDIA, 2019.
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah dalam M.Ihsan, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Padang Panjang" IAIN Batu Sangkar*, 2018.
- Nurul Huda, *Pemasaran Syariah*, Depok: Kencana, 2017.
- Puguh Cahyono, "Implementasi Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan dan Kematian pada PT. Prudential Cabang Lamongan", dalam *Jurnal: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan*, Vol. 1, No. 2, 2016.

- Rahayu Puji Suci, *Esensi Manajemen Strategi*, Siduarjo: Penerbit Andi, 2016.
- Rahmad Kriyantono, *Tehnik Praktik Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, Ed. 1, Cet III, 2007.
- Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, Samarinda: Mulawarman University Press, 2016.
- Rangkuti, Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Perdana Mulya Surana, 2016.
- Rena Ayu Lestari, Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Dalam Menarik Minat Nasabah Menabung di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Binjai, *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2021.
- Satriadi, dkk, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI), 2021.
- Siregar, Adhy Rachmansyah, *Pemimpin Seksi Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 09 Mei 2022.
- Siska, dkk. *Pemasaran: Dasar dan Konsep*, Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sjahdeini, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Perss, 1986.
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawal Pers, 2015.
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Sonya Safitri, *AO Pembiayaan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*, Wawancara di Padangsidempuan, tanggal 09 Mei 2022
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Susanto dan Himawan Wijarnako, *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi pendukungnya*, Bandung: Mizan Pustaka, 2004.

- Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offit, 1991.
- Syah, Muhibbin, *Psikolog Belajar*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Tambunan, Toman Soni, dan Wilson R.G. Tambunan, *Hukum Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2019.
- Tengku Firli Musfar, *Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Wanti Ningsih, “Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro (Studi Kasus di Bank BRI Syariah KCP Metro)”, Skripsi, *IAIN Metro*, 2020.
- Zhela Nordiana, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Multiguna Berdasarkan Sifat Wajib Rasulullah di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo”, Skripsi, *UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2018.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

Nama Lengkap : HENNI HAIRANI  
Nim : 1840100020  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : HULIM, 02 Februari 2000  
Agama : Islam  
Anak ke : 3 dari 6 bersaudara  
Institusi : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidempuan  
Alamat tinggal : DesaHulim Kecamatan Sosopan Kabupaten  
Padanglawas  
Telepon/ HP : 081269281917  
E-mail : [hennihasibuan36@gmail.com](mailto:hennihasibuan36@gmail.com)  
Motto Hidup : Jadikan setiap tetesan keringat kedua orang tuamu  
sebagai jalan menuju kesuksesanmu.

### B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Guntur  
Pekerjaan : Petani  
Nama Ibu : Masdeliana Siregar  
Pekerjaan : Petani

### C. Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2006-2012 : SDN 101460 HULIM  
Tahun 2012-2015 : MTSS AL MUTTAQIN SOSOPAN  
Tahun 2015-2018 : SMA Negeri 1 SOSOPAN  
Tahun 2018-2022 : Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah, Institut  
Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

## Lampiran 1

### **Pedoman Wawancara**

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”**. Maka peneliti membuat pedoman wawancara sebagai berikut:

#### A. Pembiayaan Multiguna

1. Apa yang dimaksud pembiayaan multiguna sepeda motor itu menurut PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
2. Akad apa yang digunakan dalam produk pembiayaan multiguna sepeda motor ini?
3. Persyaratan apa saja yang harus di penuhi calon nasabah untuk memperoleh pembiayaan multiguna sepeda motor ini?
4. Menurut bapak/ibu bagaimana respon masyarakat terhadap produk pembiayaan multiguna sepeda motor ini?
5. Siapa saja yang bisa menjadi nasabah pembiayaan multiguna sepeda motor di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
6. Diera 4.0 apakah Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sudah menerapkan digitalisasi dalam proses pengajuan pembiayaan multiguna sepeda motor?
7. Seperti apa target yang diharapkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan terhadap produk pembiayaan multiguna sepeda motor yang telah diluncurkan tersebut?
8. Seandainya nasabah meninggal dunia, apakah angsuran nasabah tersebut dihentikan dan dikembalikan dananya atau dialihkan kepemilikannya?
9. Apa kelemahan dan kekuatan produk pembiayaan multiguna sepeda motor di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
10. Apa ancaman dan peluang produk pembiayaan multiguna sepeda motor di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

## B. Strategi

1. Strategi yang seperti apa yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam memasarkan produk pembiayaan multiguna sepeda motor?
2. Bagaimana strategi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan untuk meningkatkan SDM karyawan.

## C. Pemasaran

1. Media apa yang digunakan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan untuk melakukan promosi?
2. Menurut ibu upaya apa saja yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam menghadapi tantangan memasarkan produk pembiayaan multiguna sepeda motor?

### **Pedoman Observasi**

1. Lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Strategi pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
3. Keadaan sarana dan prasarana yang digunakan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam pemasaran produk pembiayaan multiguna sepeda motor.

## **DOKUMENTASI WAWANCARA**



**Wawancara dengan Ibu Sonya Safitri  
Karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan**



**Wawancara dengan Bapak Adhy Rachmansyah Siregar  
Karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan**



**Wawancara dengan Bapak Muhammad Idgham Habib  
Karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan**

## Spanduk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan



## Observasi Bangunan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan





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) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 2939/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2021 08 Desember 2021  
Lampiran : -  
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth. Bapak/Ibu:

1. Azwar Hamid : Pembimbing I
2. Samiana Batubara : 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 : Henni Hairani  
NIM : 1840100020  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

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.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



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) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1638 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/08/2022  
Hal : Mohon Izin Riset

07 Agustus 2022

Yth. Pimpinan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

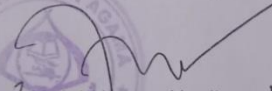
Nama : Henni Hairani  
NIM : 1840100020  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KANTOR CABANG SYARIAH : Padangsidimpuan

**KANTOR PUSAT**

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan  
Phone : (061) 415 5100 - 451 5100  
Facsimile : (061) 414 2937 - 451 2652

P. Sidimpuan, 01 November 2022

Nomor : 66/KCSy02-Ops/L/2022

Lampiran : -

Kepada Yth,  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan  
Jl. Tengku Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang  
Di -  
Padangsidimpuan

**Hal : Keterangan Izin Riset**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan surat Bapak No. 1638/In.14/G.1/G.4c/TL.00/08/2022 tanggal 04 Agustus 2022 perihal **Mohon Izin Riset**, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan Izin Riset atas nama Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan dengan data data dibawah ini :

- a. Nama : Henni Hairani
- b. NIM : 1840100020
- c. Semester : IX (Sembilan)
- d. Jurusan : Perbankan Syariah
- e. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk melaksanakan riset di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama Riset, mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan serta menjaga rahasia Bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank SUMUT dilingkungannya.
3. Setelah mahasiswa selesai dalam penulisan Skripsi, Mahasiswa tersebut diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.  
PT. Bank SUMUT  
KCSy Padangsidimpuan



**JULI DAMAYANTI HASIBUAN**  
Pinsie Operasional Cabang

CC : - Peringgal