ANALISIS KEUNIKAN PEMBIAYAAN GRIYA BSM PADA TINGKAT KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada: PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Lubuk Sikaping)

SKRIPSI

Dianjurkan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Disusun Oleh :

NOVELA

3316.135

Dosen Pembimbing :

Gusril Basir, SH, M.Hum

NIP. 196203111993031002

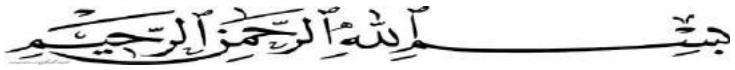
PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

T.A 2020 M/ 1441 H

PERSEMBAHAN



"Dia memberikan hikmah (ilmu yang berguna) kepada siapa yang dikehendaki-nya. Barang siapa yang mendapatkan hikmah itu sesungguhnya ia telah mendapatkan kebajikan yang banyak, dan tiadalah yang menerima peringatan melainkan orang-orang yang berakal"

(Q.s. Al-Baqarah: 269)

"Allah akan meninggikan orang-orang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat"

(Q.s Al-mujadilah)

Tugas kita bukanlah untuk berhasil, tugas kita adalah untuk mencoba, karena didalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil,,, "Buya Hamka"

Yang utama dari segalanya…

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT.

Taburan kasih sayangmu telah memberiku kekuatan. Atas karunia yang kau berikan akhirnya skripsi sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada semua orang yang sangat kukasihi dan sayangi

Ayah dan ibu tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga anakmu persembahkan karya kecil ini untuk ayah dan ibu yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, doa, serta cinta kasih yang kalian berikan yang tak terhingga yang tidak mungkin terbalas dengan selembar kata cinta dan persembahan ini. Semoga ini menajadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia.

Aamiin yarobbal alamin....,

Dan kepada sahabat-sahabatku yang senantiasa ada untuk memberikan dukungan, serta mengusahakan segala macam bantuan terkait dalam penyelesaian skripsi ini. Terikasih atas semua yang telah dilakukan, terima kasih telah senantiasa menguatkan dikala aku terpuruk dan kadang sempat merasa tidak mampu melakukan apa-apa.

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tanggan di bawah ini:

Nama : Novela

NIM : 3316.135

Tempat/ Tanggal Lahir : Koto Sawah, 07 November 1995

Fakultas/ Jurusan : FEBI / S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Keunikan Pembiayaan Griya BSM Pada Tingkat Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Lubuk Sikaping).

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah ini (skripsi) saya dengan judul di atas adalah asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini buka karya saya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis bersedia dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, September 2020

Yang menyatakan

Novela

3316.135

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang sudah di tulis oleh **Novela, NIM: 3316135** dengan judul "**Analisis Keunikan Pembiayaan Griya BSM pada Tingkat Kepuasan Pembelian (Studi Kasus: Pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Lubuk Sikaping)** Program Studi S1 Perbankan Syariah. Melihat bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persayaratan karya ilmiah dan disetujui untuk diujikan dalam siding *munaqasyah* pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

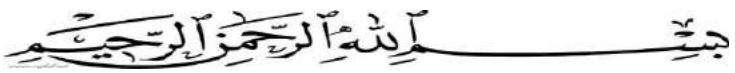
Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, September 2020

Pembimbing

Gusril Basir, SH, M.Hum
NIP.196203111993031002

KATA PENGANTAR



Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan ridhonya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan kenikmatan yang tiada hentinya kepada kami. Sholawat serta salam penulis ucapkan kepada junjungan nabi besar yakni "Nabi Muhammad SAW" yang telah memberikan pencerahan melalui pribadinya yangluhur dan agung, serta meninggalkan dua pedoman hidup menuju jalan yang di ridhoi oleh Allah SWT yaitu Al-Qur'an dan Hadist, sehingga penulisdapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Analisis Keunikan Pembiayaan Griya BSM pada Tingkat Keputusan Pembelian pada Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Lubuk Sikaping".**

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan studi pendidikan Program S1 Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bukittinggi. Dalam penulisan ini penulis banyak menghadapi halangan dan rintangan, namun penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini berkat doa dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Allah SWT**, sang maha kuasa yang telah memberikan segala kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

2. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum**, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.
3. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Sandra **Dewi, SE, MM**, selaku ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah atas izin dan kesempatan, bimbingan dan arahan yang telah diberikan kepada kami semua untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak **Gusril Basir, SH, M.Hum**, selaku Dosen pembimbing yang dengan sabar telahmeluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan hingga akhir penulisan skripsi ini.
6. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA**, selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberikan nasehat dan motivasi demi kelancaran proses penulisan skripsi ini.
7. Bapak **Ronaldi**, selaku Pimpinan PT Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Lubuk Sikaping yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dalam penulisan skripsi ini. Dan kepada seluruh Staff dan karyawan PT Bank Syariah mandiri (BSM) KCP Lubuk Sikaping yang telah meluangkan waktunya untuk penulis dalam menyediakan data-data yang penulis perlukan, bersedia penulis wawancarai dan memberikan masukan serta saran kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.

8. Seluruh Dosen dan Staff fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.
9. Dan yang tidak terlupakan keluarga tercinta penulis yang selalu mendoakan dan bebrikan kasih sayang serta memberikan semngat dan dukungan baik itu berupa materi maupun non materi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada sahabat-sahabatku tercinta geng Para Pejuang SE **Jeni Yurilla, Siskamawati, Indah Permata Sari, Repita, Yulia Mustika, Media Wati Fahri, dan Aprillia Annisa Rahmi,** terimakasih atas segala kebersamaan yang telah kita jalani selama perkuliahan, baik itu suka dan duka , yang selalu memberikan kecerianan dan kegilaan serta memberikan masukan dan pendapat kepada penulis, memberi dukungan kepada penulis dan selalu menasehati penulis, yang selalu bersedia penulis repotkan untuk hal apapun itu, selalu sabar menghadapi sikap penulis, terimakasih buat kalian semua sehingga penulis dapat meyelesakan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan kelas D Perbankan Syariah angkatan 2016 yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas segala bantuan yang diberikan dan kebersamaannya selama ini.
12. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian penelitian ini.

Akhirnya segala bantuan, bimbingan serta arahan yang telah diberikan semua pihak semoga menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah

SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini maish jauh dari kata kesempurnaan, serta keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki, dengan demikian diharapkan kepada pembaca memberikan masukan dan saran yang sifatnya membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca umumnya, serta dapat bernilai ibadah disisi allah SWT. Aamiin ya Robbal'alamin.

Bukittinggi, September 2020

Penulis

Novela

3316.135

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

PERSETUJUAN PEMBIMBING

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR viii

ABSTRAK ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 4

C. Batasan Masalah 5

D. Rumusan Masalah 5

E. Tujuan Penelitian 5

F. Manfaat Penelitian 5

G. Penjelasan Judul 6

H. Kajian Terdahulus 8

I. Sistematika Penulisa 10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Keunikan Produk 11

B. Pembiayaan 14

C. Pembiayaan Griya BSM 19

D. Bauran Pemasaran dalamPembiayaan BSM 23

E. Keputusan Pembelian 32

F. Perbankan Syariah 34
G. Landasan Syariah 38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 40
C. Jenis dan Sumber Data 40
D. Teknik Pengumpulan Data 41
E. Tenik Analisis Data 42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri 43
B. Gambaran Umum Pembiayaan Griya BSM 56
C. Analisis Penulis 62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 63
B. Saran 64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional 36

Tabel 1.2 Profil Bank Syaiah Mandiri KCP Lubuk Sikaping 45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping. . 49

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Analisis Keunikan Pembiayaan Griya BSM dengan Tingkat Keputusan Pembelian pada PT Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Lubuk Sikaping"** Skripsi ini disusun oleh **Novela, NIM : 3316135.** Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bukittinggi.

Penelitian ini menelaah tentang keunikan pembiayaan griya BSM yang berpengaruh pada tingkat keputusan pembelian terhadap produk pembiayaan griya BSM. Didalam penelitian ini hanya menfokuskan pada satu produk yaitu Pembiayaan Griya BSM (terkhusus pada produk kepemilikan rumah saja). Secara umum dalam bauran pemasaran produk pembiayaan griya BSM ada beberapa yang menjadi keputusan pembelian atau nasabah yaitu, produk, harga, tempat dan promosi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang mencoba menganalisis efektifitas keunikan pembiayaan kepemilikan rumah yang telah dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping pada tingkat keputusan pembelian oleh nasabah dalam mengunakan pembiayaan kepemilikan rumah tersebut. Metode pengumpulan datanya yaitu melalui wawancara langsung dengan marketing pembiayaan dan salah satu nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping, diperoleh dari dokumen Bank Syariah Mandiri dan sumber lainnya.

Hasil penelitian adalah analisis keunikan pembiayaan Griya BSM Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping menggunakan implementasi 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi). Namun terdapat beberapa kendala-kendala seperti pada produknya yaitu tidak adanya keunikan yang diciptakan oleh pihak bank untuk menarik nasabah untuk membeli atau mengunakan pembiayaan kepemilikan rumah tersebut, promosi, kurangnya tenaga penjual, tempat yang kurang strategis. Keunikan pembiayaan griya BSM atau sering dijuga disebut dengan pembiayaan kepemilikan rumah menggunakan akad *murabahah.*

Saran yang dapat diberikan penulis bagi Bank Syariah MAndiri KCP Lubuk Sikaping adalah meningkatkan kualitas produk atau menciptakan suatu produk yang berbeda dengan produk-produk pesaing agar tetap mampu bersaing dan memilih lokasi yang strategi dan baik.

Kata Kunci : Keunikan Pembiayaan Griya BSM, Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan suatu lembaga usaha keuangan yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.[1]

Perkembangan produk-produk di dunia perbankan begitu pesat, kebutuhan masyarakat pun mengalami perkembangan mulai dari kebutuhan primer, sekunder maupun kebutuhan lainnya. Salah satu kebutuhan primer yaitu kebutuhan rumah yang amat penting bagi setiap orang. Terlebih bagi yang sudah berkeluarga, rumah merupakan sebagai tempat tinggal, berlindung dan menjalankan aktivitas.

Didorong dengan kebutuhan yang sangat penting tersebut maka setiap orang berusaha untuk memenuhi kebutuhannya yaitu baik membangun rumah maupun berusaha untuk membeli rumah. Sehingga pada saat jumlah penduduk bertambah maka permintaan untuk kebutuhan rumah pun semakin bertambah yang mengakibatkan harga rumah dan tanah menjadi mahal. Jumlah lahan yang semakin terbatas membuat harga rumah menjadi semakin mahal, tidak mungkin terjangkau banyak kalangan masyarakat dengan pendapatan rata-rata pada batas upah minimum regional atau dibawah upah

[1] Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta:Prenada Media, 2010), hal 12

minimum regional. Karena itu usaha untuk mendapatkan rumah saat ini tidak hanya dilakukan secara tunai, tetapi juga dengan kegiatan pembiayaan. Untuk bisa memiliki rumah dengan pembiayaan tentu saja diperlukan pihak ketiga sebagai perantara yang dapat memberikan sarana tersebut.

Hadirnya pembiayaan griya sisebabkan karena adanya permintaan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan rumah secara cicilan. Produk ini dikelola oleh bank konvensional. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu masyarakat menginginkan sebuah produk pembiayaan rumah yang sesuai dengan prinsip syariah, oleh karena itu hadirlah produk pembiayaan rumah dengan prinsip syariah.

Pembiayaan rumah syariah atau sering disebut KPR Syariah merupakan salah satu alternative bagi masyarakat untuk mendapatkan segala kebutuhan yang berkaitan dengan perumahan dengan akad syariah, beberapa bank syariah mengangkat produk pembiayaan rumah sebagai produk unggulan karena menilai pembiayaan ini mempunyai resiko yang sangat rendah. Dibandingkan produk pembiayaan lainnya. Pembiayaan kepemilikan rumah atau disebut griya merupakan pembiyaan konsumtif jangka pendek, menengah, atau jangka panjang untuk membiyai pembelian rumah hunian, baik rumah baru, rumah bekas dilingkungan *developer* dengan sistem murabahah. Murabahah itu sendiri adalah perjanjian jual beli antara bank dan penerima pembiayaan dimana bank membelikan barang yang diperlukan oleh penerima pembiayaan dan kemudian menjulnya kepada penerima pembiayaan

yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan *margin* keuntungan yang disepakati antara bank dan penerima pembiayaan[2]

Data nasabah pembiayaan Griya BSM KCP Lubuk Skaping dari tahun 2015- 2019 yaitu: pada tahun 2015 jumlah nasabah pembiayaan griya BSM yaitu sebanyak 20 orang, pada tahun 2016 sebanyak 15 orang, pada tahun 2017 sebanyak 10 orang, pada tahun 2018 sebanyak 19 orang dan pada tahun 2019 sebanyak 5 orang. Jumlah pembiyaaan griya BSM tidak ada peningkatan yang signifikan dapat dilihat dari data tersebut pada tahun 2015-2019 jumlah nasabag pembiyaan griya BSM terus menurun dari tahun ketahun.

Dapat kita lihat selain dari faktor kualitas dan promosi, keunikan produk juga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Keunikan produk mampu menarik hati dan minat calon nasabah untuk melakukan pembiayaan griya berkah. Keunikan bisa dilihat dari faktor-faktor yang membuat nasabah tertarik, yaitu melalui harga, promosi, pelayanan, keningkamatan berbelanja, inovasi, (lebih memilih produk yang menarik) sensitifitas merek (merek yang sensitif). Keunikan adalah susuatu yang khas, dan hanya dimiliki oleh produk itu saja sehingga harus dipertahankan dan dikembangkan. Setiap bank berusaha untuk menciptakan keunikan masing-masing produknya agar dapat dikenali oleh nasabah dan memutuskan untuk melakukan pembiayaan.

[2] Muhammad, *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2009), hal. 150

Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh perbankan untuk menarik nasabah adalah dengan memahami prilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah bagia penting dari pemasaran, karena pemasaran adalah ilmu yang mengupayakan kiat-kiat untuk memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan.[3] Keputusan konsumen merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan penjelasan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana bank syariah dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah atas produk pembiayaan griya berkah yang ditawarkannya, dalam sebuah penelitian yang berjudul "**Analisis Keunikan Pembiayaan Griya BSM Pada Tingkat Keputusan Pembelian Pada PT. Bank Mandiri Syariah KCP. Lubuk Sikaping".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang di kemukakan di atas, maka dapat diidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Keunikan dari produk pembiayaan griya BSM dibandingkan produk pembiayaan lainnya di Bank syriah Mandiri
2. Menjadikan produk pembiayaan griya BSM sebagai produk utama pembiayaan di Bank Syariah Mandiri.

[3] Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi* (Bandung: ALFABRTA,2016), hal. 56

3. Memciptakan keunikan pada produk griya BSM agar menjadi lebih menarik dan diminati oleh nasabah.

C. Batasan Masalah

Melihat luasnya cakupan dari judul yang di ajukan dan waktu yang sangat terbatas maka peneliti membatasi masalah yang akan di teliti yaitu hanya pada "Analisis Keunikan Pembiayaan Griya BSM Pada Tingkat Keputusan Pembelian Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping".

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini ialah sebagai berikut: "Bagaimana analisis keunikan pembiayaan griya BSM pada tingkat keputusan pembelian pada PT. Bnak Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping".

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui analisis keunikan produk pembiayaan griya BSM pada tingkat keputusan pembelian pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping.

F. Manfaat Penelitian

1) Bagi Penulis

Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang di peroleh selama di bangku perkulihan dan pada kenyataan nya di lapangan.

2) Bagi Akademik

Dapat memeberikan informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan di bidang keunikan produk pembiayaan griya berkah, selain itu dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

3) Bagi Perusahaan

Dapat di jadikan sebagai informasi bagi pihak bank dalam memasarkan produk-produknya kepada nasabah dan membuat produk nya lebih menarik di bandingkan produk pesaing, dan dapat di jadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang analisis keunikan produk pembiayaan griya berkah pada tingkat kepuasan nasabah dimasa sekarang dan di masa yang akan datang dalam memasarkan produk kepada nasabah.

G. Penjelasan Judul

Untuk memudahkan dalam memahami permasalahan yang terdapat dalam judul yang penulis ajukan agar tidak terjadi kesalahan dan kekeliruan dalam memahaminya maka, penulis akan menjelaskan pengertian dari beberapa istilah yang terdapat dalam judul yaitu :

Keunikan : merupakan suatu produk yang diciptakan baik itu produk barang maupun dalam bentuk jasa yang dijual, bisa juga dalam bentuk prosesnya, harganya, pelayanannya,

kenyamanan bertransaksi, dan kecepatan melayani nasabah.[4]

Keputusan Pembelian/Nasabah: merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketahui dengan relitas tentang produk itu setelah ia menyaksikannya atau melihat langsung produk tersebut[5]

Pembiayaan Griya BSM : Merupakan produk pembiayaan rumah hunian baik baru, rumah bekas maupun take over dari bank lain.[6]

Jadi secara keseluruhan maksud dari judul diatas adalah sebuah penelitian terhadap keunikan produk pembiayaan griya BSM yang menekan pada tingkat keputusan pembelian/nasabah dalam suatu produk yang dihasilkan oleh bank syariah mandiri, dan untuk menentukan keputusan nasabah dalam menggunakan produk produk griya BSM yang ditawarkan oleh bank syariah mandiri KCP Lubuk Sikaping.

---

[4] Subarjo Joyosumarto, *BANKIR Kepemimpinan Lembaga Perbankan Abad Ke 21* (Jakarta: Percetakan PT. Gramedia,2018),hal 53

[5] Friani Gloria Igir, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatshu Grand Max Pick Up*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No.2 Tahun 2018, hal. 89

[6] http://www.mandirisyariah.co.id/

H. Kajian Terdahulu

Berdasarkan dari kajian terdahulu yang telah penulis amati, dari beberapa kajian terdahulu lainnya penulis mengambil tiga kajian terdahulu yang berkaitan dengan judul dari penelitian yang penulis lakukan ini yaitu:

a. Jurnal **Mirza Astia Amri, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bank OCBC NISP Medan Dalam Pemilihan KPR Konvensional dan Syariah"**. Dari penelitian yang di lakukan dapat disimpulkan bahwa variabel produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Jadi dapat kita lihat bagaimama produk, harga dan promosi mempengaruhi keputusan nasabah, jika produk yang dihasilkan berkualitas baik maka nasabah akan loyal dan tetap memilih produk yang kita hasilkan, harga dan promosi juga akan mempengaruhi nasabah, jika kita tidak melakukan promosi terhadap produk yang dihasilkan maka nasabah akan sulit untuk mengetahuinya [7]

b. Skripsi **Rosali Agata Hotmauli Sitanggang, "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Minyak Karo Menjuah-Juah Di Kecamatan Medan Baru".** Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan yaitu menunjukkan bahwa secara serempak kualitas produksi,

[7]Mirza Astia Amri, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Bank OCBC NISP Medan Dalam Pemilihan KPR KOnvensional dan Syariah,* Jurnal At-Tawassuth, Vol.III, No.2,2018:379-398

promosi, dan keunikan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli berulang minyak karo mejuah-juah di kecamatan medan baru. Keunikan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian berulang minyak karo mejuah-juah di kecamatan medan baru.[8]

c. Jurnal **Vocke Poli, dkk. "Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Amanda Collekction",** hasil yang diperoleh dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagamana pengaruh kualitas, promosi, dan keunikan produk terhadap keputusan membeli nasabah. Dalam penelitian ini kualitas, promosi dan keunikan produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasabh.[9]

Dapat di simpulkan dua dari kajian terdahulu di atas ialah hanya membahas tentang peningkatan pemasaran produk di bank syariah mandiri dan cara mengukur tingkat keputusan pembelian atas produk pembiayaan griya BSM yang ditawarkan oleh bank.

---

[8] Rosali Agata Hotmauli Sitanggang, *Skripsi*, *Pengaruh Kualitas, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Minyak Karo Mejuah-Juah di Kecamatan Medan Baru,* Manajemen, (Medan: Universitas Sumatera Utara medan, 2019),hal.6

[9] Vocke Poli, dkk, *Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi, dan Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Amanda Collection,* Manajemen, (Manado:Universitas Sam Ratulangi Manado,2015) hal.1

I. Sistematika Penulisan

Untuk lebih jelas dan memudahkan pemahaman para pembaca dan agar lebih terarahnya penulisan penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematikanya sebagai berikut:

BAB I : **PENDAHULUAN**

Bab ini menerangkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, kajian terdahulu, kegunaan penelitian, penjelasan judul, dan sistematika Penulisan.

BAB II **: LANDASAN TEORI**

Bab ini menerangkan tentang pengertian keunikan produk, unsur-unsur keunikan produk, pengertian pembiayaan griya BSM, rukun dan syarat pembiayaan griya BSM, akad pembiayaan griya BSM, manfaat pembiayaan griya BSM, pengertian keputusan pembelian, teori keputusan pembelian, bauran pemasaran, dan pengertian perbankan.

BAB III **: METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan, penulis akan membahas tentang analisis keunikan produk pembiayaan griya BSM pada tingkat keputusan pembelian pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang kesimpilan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keunikan Produk

1. Pengertian keunikan produk

Pada saat perekonomian sekarang ini, dimana persaingan bisnis sangatlah ketat, hal yang paling berbahaya adalah perang harga atau persaingan harga. Salah satu cara untuk menghindar dari perang harga adalah keunikan produk. Keunikan akan memberikan suatu keunggulan tersendiri, karena produk tersebut tidak dapat dibandingkan lagi secara langsung dengan produk pesaingnya. Keunikan ini akan sulit ditiru oleh pesaing karena pesaing tidak dapat memperoleh akses atas sumber pengetahuan itu sendiri.

Menurut Salim Kartono, produk keunikan adalah suplier yang memproduksi produk yang sangat spesifik agar perusahaan memiliki posisi tawar yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang produksinya merupakan produk komoditas. Dengan demikian keunikan produk adalah nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain.[10]

[10] Vocke Poli, dkk, *Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi, dan Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Amanda Collection*, Manajemen, (Manado:Universitas Sam Ratulangi Manado,), hal.757

2. Unsur-unsur keunikan produk

Ada tiga keunikan yang harus dimiliki suatu produk untuk bisa menghasilkan *word of mouth* secara positif dan terus-menerus antara lain:

a) Bentuk produk

Bentuk produk adalah pola atau tekture produk yang membedakannya dengan produk pesaing. Bentuk pada produk menyangkut pada ukuran, model, dan struktur fisik. Bentuk produk yang unik akan memudahkan konsumen dalam mengidentifikasikan produk sehingga nantinya akan memperkuat identifikasimerek produk tersebut. Bentuk produk juga dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen mudah untuk dikenali.

b) Rasa produk

Rasa adalah tanggapan indra pengecap terhadap rangsangan saraf seperti rasa manis, pahit, masam, asin, atau dingin. Rasa yang unik mampu memberikan kepuasan saat dikonsumsi pertama kali.

c) Kemasan/Penyajian produk

Teknik pengemasan dan penyajian produk yang menarik mampu menaikkan nilai jual produk. Untuk produk yang mempunyai kemasan, fungsi utama dari kemasan adalah untuk membungkus dan

melindungi produk. Sedangkan untuk fungsi penyajian adalah sebagai suatu cara untuk membuat produk menjadi lebih menarik.[11]

3. Faktor-faktor membuat nasabah tertarik dengan keunikan

a) Harga

Harga merupakan pertimbangan yang paling penting bagi nasabah pada umumnya dalam melakukan pembiyaaan pada bank syariah mandiri, kepuasan nasabah juga dapat dibangun dengan membandingkan harga dengan biaya yang dirasakan dari nilai produk dibeli.

b) Promosi

Promosi merupakan aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk nasabah. Strategi promosi yang digunakan bank dalam mempromosikan produknya kepada nasabah akan berperan sangat penting.

c) Pelayanan

Pelayanan merupakan layanan terbaik yang diberikan karyawan kepada nasabah sehingga nasabah merasa puas terhadap layanan tersebut. Jika pelayanan baik maka nasabah akan senang utnuk bertransaksi di bank tersebut.

[11] Rosali Agata Hotmauli Sitanggang, *Skripsi*, *Pengaruh Kualitas, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Minyak Karo Mejuah-Juah di Kecamatan Medan Baru*, Manajemen, (Medan: Universitas Sumatera Utara medan, 2019), hal.24-25

d) Kenikmatan berbelanja

Kenikmatan berbelajan menunjukan bahwa apabila seorang nasabah sudah merasa nyaman untuk melakukan transaksi di bank tersebut mereka akanmerasakan kenikmatan berbelanja, dan akan terus melakukan transaksi apabila produk dan pelayanan yang diperoleh sesuai dengan keingian nasabah tersebut.

e) Inovasi

Inovasi adalah seorang nasabah mencerminkan untuk mencoba melakukan pembiayaan terhadap produk baru dan berbeda palagi yang memiliki keunikan tersendiri.

f) Merek

Merek merupakan sebuah produk yang dihasilkan dengan merek yang terbaik dan memiliki keunikan akan lebih disukai oleh nasabah dan menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi. Jika merek suatu produk menarik maka akan memudahkan untuk menarik nasabah.

B. Pembiayaan

1. Pengertian pembiayaan

Pembiayaan atau *financing*, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas dana

untuk memenuhi kebutuhan pokok pihak-pihak yang merupakan *definisit* unit.

Menurut Undang-undang Perbankan nomor 10 tahun 1998 kredit adalah penyediaan uang dan tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak pinjam meminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian keuntungan.[12]

2. Tujuan Pemberian Pembiayaan

Tujuan pembiayaan mencakup lingkungan yang luas. Pada dasarnya, terdapat fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan, yaitu sebagai berikut:

1) *Profitability* yaitu untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah. Oleh karena itu, bank hanya menyalurkan pembiayaan kepada usaha-usaha nasabah yang diyakini mampu dan mau mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya. Dalam faktor kemampuan dan kemauan ini tersimpul unsur keamanan (*safety*) dan sekaligus jugaunsur keuntungan (*profitability*) dari suatu pembiayaan, sehingga kedua unsur tersebut saling berkaitan. Dengan

[12] Zahidatun Hairunnizak, Skripsi, *Strategi Pemasaran Pada Pembiayaan Griya di PT. Bank Syariah Mandiri.* Perbankan Syariah, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018) hal.36

demikian, keuntungan merupakan tujuan dari pemberi pembiayaan yang terjelma dalam bentuk hasil yang diterima.

2) *Safety* keaman dari prestasi yang diberikan dalam bentuk modal, barang atau jasa itu betul-betul terjamin pengembaliannya, sehingga keuntungan (*profitability*) yang diharapkan dapat menjadi kenyataan.[13]

3. Jenis pembiayaan

1) *Return bearing financing* merupakan bentuk pembiayaan yang memiliki orientasi pada keuntungan, pemilik modal mau menanggung risiko kerugian dan nasabah juga akan memberikan keuntungan.

2) *Return free financing* yaitu bentuk pembiayaan yang tidak mencari keuntungan namun lebih dutujukan pada orang yang membutuhkan, sehingga tidak ada keuntungan yang dapat diberikan.

3) *Charity financing* merupakan bentuk pembiayaan yang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan, sehingga tidak ada klaim terhadap pokok dan keuntungan.

Sedangkan pada umumnya, jenis-jenis pembiayaan dibagi menjadi dua yaitu:

1. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi seperti untuk peningkatan usaha, perdagangan, dan sebagainya. Sedangkan pembiayaan produktif sendiri dilihat dari keperluannya disini dibagi menjadidua, yaitu:

[13] Zahidatun Hairunnizak, Skripsi…, hal. 37

a) Pembiayaan modal kerja

Pembiayaan modal kerja ini digunakan untuk keperluan perdagangan, untuk peningkatan kualitas hasil produksi.

b). Pembiayaan investasi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal guna mengadakan rehabilitasi, perluasan usaha, dan pendirian proyek baru.

2. Pembiayaan konsumtif merupakan pembiayaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Kebutuhan manusia terdiri dari kebutuhan primer seperti makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, dan sebagainya.

4. Syarat sah akad pembiayaan

Sebelum pembiayaan dicairkan, terlebih dahulu harus dibuatperjanjian yang mengukur hak dan kewajiaban antara bank dengan nasabah penerima pembiayaan.

Menurut wangsawidjaja terdapat empat syarat sahnya suatu perjanjian yang terdapat pada UU Pasal 1320 KUHP, yaitu:

a. Saling menyepakati dan menyetujui antara satu pihak dan pihak laintanpa adanya paksaan. Dalam bahasa fikih, hal ini sering disebut dengan *sighat al-aqd* yang biasanya diwujudkan dalam bentuk *ijab* dan *qabul.*

b. Kecakapan semua pihak dalam membuat suatu perjanjian

c. Hak dan kewajiban harus ditentukan secara jelasdalam perjanjian yang dibuat.

d. Tujuan penggunaan yang tidak dilarang oleh undang-undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, tidak melanggar norma kesusilaan, dan tidak bertentangan dengan agama.[14]

5. Prinsip Analisis Pembiayaan

Secara umum prinsip analisis pembiayaan didasarkan pada 5C, yaitu:

1) *Character* adalah sifat atau karakter nasabah mengambil pinjaman
2) *Capacity* artinya kemampuan nasabah untuk menjalankan usaha dan dan mengembalikan pinjaman yang diambil.
3) *Capital* artinya modal yang diperlukan peminjam
4) *Collateral* artinya jaminan yang dimiliki yang diberikan peminjam kepada bank
5) *Condition* artinya keadaan usaha atau nasabah prospek atau tidak.

Prinsip 5C tersebut kadang ditambahkan IC, yaitu *Constrain* artinya hambatan-hambatan yang mungkin menggangu proses usaha.

Untuk bank syariah, dasar analisis 5C belumlah cukup, sehingga perlu memperhatikan kondisi,kejujuran, kepercayaan diri masing-masing nasabah.[15]

[14] Rosa Famila,Skripsi, *Strategi Promosi Pawning Officer Bank Syariah Mandiri Area Malang Dalam Meningkatkan Produk Pembiayaan Gadai Emas,* Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, (UIN Sunan Ampel, 2018) hal. 27-29

6. Risiko pembiayaan

Sehubungan dengan tugas bank syariah dalam menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan, tentu dalam kegiatan tersebut dapat menciptakan adanya risiko kredit atau risiko pembiayaan.

Risiko bank syariah dalam memberikan fasilitas pembiayaan adalah adanya pembiayaan macet lalu menyebabkan tidak kembalinya pokok pembiayaan. Disamping itu, juga akan memunculkan risiko bertambahnya waktu penyelesaian pembiayaan. Hal tersebut dapat mempengaruhi terhadap kesehatan bank dan juga dapat mengganggu keamanan dana dari masyarakat.[16]

C. Pembiayaan Griya BSM

1. Pengertian pembiayaan griya BSM

Pembiayaan griya BSM atau disebut juga pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) merupakan salah satu produk pembiayaan Bank Syariah yang membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah hunian (konsumtif). Nasabah dapat mengangsur pembayaran dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian. Pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) adalah pembiayaan yang digunakan untuk pembelian rumah secara angsuran.

---

[15] Zahidatun Hairunnizak, Skripsi, *Strategi Pemasaran Pada Pembiayaan Griya di PT. Bank Syariah Mandiri.* Perbankan Syariah, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018) hal.38

[16] Rosa Famila, *Strategi Promosi Pawning Officer Bank Syariah Mandiri Area Malang Dalam Meningkatkan Produk Pembiayaan Gadai Emas,* Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, (UIN Sunan Ampel, 2018) hal. 27-31

Pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) mengunakan akad murabahah, yaitu perjanjian jual beli antara bank dengan nasabah, dimana bank membelikan rumah yang diperlukan nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang membutuhkannya sebesar harga beli ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati oleh bank dan nasabah.

Pembiayaan rumah hunian ini dapat digunakan untuk membeli rumah, ruko, rukan, apartemen baik baru maupun bekas, membangun atau merenovasi rumah, dan untuk pengalihan pembiayaan KPR dari bank lain. Keuntungan KPR yang ada di bank syariah ialah nasabah tidak harus menyediakan dana secara tunai untuk membeli rumah, nasabah cukup menyediakan uang muka. Karena KPR memiliki jangka waktu yang panjang, angsuran yang dibayar dapat diiringi dengan ekspektasi peningkatan penghasilan. Pembiayaan jual beli mengunakan akad murabahah adalah jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu, serta tidak ada unsur spekulatif bebas pinalti untuk pelunasan sebelum jatuh tempo.[17]

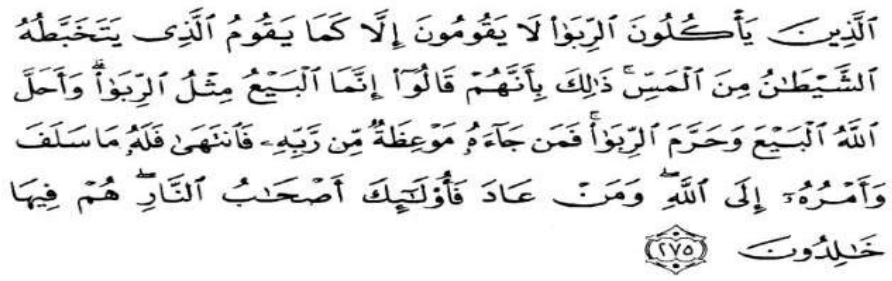
2. Dasar hukum KPR

Kredit kepemilikan rumah harusnya terhindar dari praktek *maisir* (perjudian), *gharar* (ketidak jelasan), *riba* (tambahan), dan *bathil* (ketidak

[17] Ummi Nurul Hidayah, *Strategi Pemasaran pembiayaan Pemilikan Rumah Griya Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Semarang dalam Menarik Minat Nasabah Kota Semarang Untuk Memanfaatkannya*, Perbankan Syariah, Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2016) hal. 19

adilan). Bank membelikan barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas dari riba. Bank kemudian menjualnya kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah beserta biaya yang diperlukan. Nasabah kemudian membayar harga barang yang telah sepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan bebas riba.

Firman allah dalam surat Al-Baqarah ayat 275 tentang pembiayaan bebas dari riba.



Artinya: *"Allah telah menghalatkan jual beli dan mengharamkan riba…" (Al-Baqarah: 275)*

Firman allah dalam surat An-Nisa' ayat 29 tentang pembiayaan yang terhindar dari hal yang bathil (ketidak jelasan).

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم
بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ
أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: *"wahai orang-orang yang beriman! Jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu…",(An-Nisa': 29)*[18]

3. Rukun dan syarat pembiayaan griya BSM

    1. Rukun KPR secara umum

        a) Pihak yang berakad yaitu penjual dan pembeli atau bank dengan nasabah

        b) Objek yang diakadkan yaitu barang yang diperjual belikan dan harga jual atau keuntungan

        c) Akad atau sighat yaitu serah (*ijab)* dan terima (*qabul*)

    2. Syarat umum KPR

        a) Warga Negara Indonesia (WNI)

        b) Usia minimum 21 tahun atau telah menikah

        c) Tidak cacat hukum.[19]

    3. Manfaat pembiayaan griya BSM

        1) Membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumen), baik baru maupun bekas

[18] Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran bank Syariah,* (bandung: Pustaka Setia, 2013), hal181-182

[19] Ummi Nurul Hidayah, *Strategi Pemasaran pembiayaan Pemilikan Rumah Griya Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Semarang dalam Menarik Minat Nasabah Kota Semarang Untuk Memanfaatkannya,* Perbankan Syariah, Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2016), hal.

2) Nasabah dapat mengangsur jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.

4. Plafond pembiayaan

1) Maksimal Rp 5 Milyar

2) Khusus refinancing maksimal Rp 1 Milyar [20]

D. Bauran pemasaran dalam pembiayaan griya BSM

1. Pengertian Bauran Pemasaran

Marketing atau pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang meliputi faktor sosial, budaya, polotik, ekonomi dan manajerial.[21]

Dalam upaya mencapai target pemasaran diperlukan adanya aspek-aspek dalam pemasaran *(marketing mix)* yang dikenal empat bauran marketing yaitu; produk, harga, promosi, dan tempat. Keempat bauran tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Bisa dikatakan bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran dipasar sasarannya.

Bauran pemarsaran dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu:[22]

[20] http://www.mandirisyariah.co.id/

[21] Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: Gramedia, 1997,* hal. 18

1. Produk *(Product)*

   a. Pengertian Produk

      Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk, melainkan suatu paket kepuasan yang didapat dari pemberian produk. Kepuasan tersebut merupakan akumulasi kepuasan fisik, psikis, simbolis, dan pelayanan yang diberikan oleh produsen.

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

      Dalam bauran pemasaran, strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi startegi pemasaran lainnya.

      Produk yang berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh bank akan memberikan berbagai keuntungan baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka panjang. Adapun keuntungan produk plus antara lain :

---

[22] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian,* Jilid 1, terj. Jaka Wasana, Jakarta: Erlangga, 2006, hal. 74

1) Dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan nasabah akan tertarik untuk membeli dan mempertahankan produk yang memiliki nilai lebih dengan terus melakukan transaksi.
2) Menimbulkan rasa bangga bagi nasabah yang memiliki produk plusnya di tengah-tengga masyarakat.
3) Menimbulkan rasa kepercayaan yang tinggi, sehingga dapat mempertahankan nasabah lama dan menggaet nasabah baru.
4) Meninbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah yan bersangkutan[23]

b. Jenis-jenis Produk Bank

pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi bagian besar, yaitu:

1) Produk Penyaluran Dana (*financing*)
   a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

      Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.[24]

[23] Kasmir, "*Manajemen Perbankan*", (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hal. 218
[24] Adiwarman A. Karim, "*Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan",* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2008), hal. 98

b) Pembiayaan dengan prinsip sewa (*Ijarah*)

Al-Ijarah disebut juga *Al-Ajru* (upah) atau *Al-'Iwadhu* (ganti), artinya jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian.[25] Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tetapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila jual beli transaksinya adalah barang, pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.[26]

c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (*Syirkah*)

Secara etimologi *asy-syirkah* berarti percampuran, yaitu percampuran antara sesuatu dengan yang lainnya, sehingga sulit dibedakan. *Asy-syirkah* termasuk salah satu bentuk kerjasama dagang dengan rukun dan syarat tertentu, yang dalam hukum positif disebut dengan perserikatan dagang.

d) Pembiayaan dengan akad pelengkap

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Meskipun tidak ditujukan untuk mencari keuntungan,

---

[25] Herry Sutanto, *"Manajemen Pemasaran Bank Syariah",* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 200

[26] A. Karim, "*Bank Islam…,* hal.101

dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk pelaksanaan akad ini.[27]

2) Produk penghinpun dana (*funding*)

Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah :

a) Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah yad dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah.* Dalam *wadi'ah amanah,* pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, dalam hal *wadi'ah dhamanah,* pihak yang dititpi (bank) bertanggu jawab atas keuntungan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

b) Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersbut digunakan bank untuk melakukan *murabahah* atau *ijarah.* Dapat pula dana

[27] A. Karim, "*Bank Islam…,* hal.104

tersebut dugunakan bank untuk melakukan *mudharabah.*[28]

3) Produk Jasa (*Service*)

a) *Sharf* (Jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf.* Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama. Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

b) *Ijarah* (Sewa)

Jenis kegiatan *ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa jasa tersebut.

2. Harga *(Price)*

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan. Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penepatan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang perusahan.

[28] A. Karim, "*Bank Islam…,* hal.108

3. Tempat *(Place)*

a. Pengertian Lokasi

Secara umum, tujuan pemilihan lokasi dari strategi pemilihan lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh olah organisasi dan meminimalisisr biaya yang timbul dari kegiatan usahanya. Pemilihan lokasi yang salah akan mempengaruhi pemaksimalan keuntungan organisasi.

Kesalahan seperti ini dapat mengakibatkan organisasi beroperasi dengan tidak efektif dan efisien.[29]

b. Faktor Penentuan Lokasi

Menurut Losch dalam Muhammad "Lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang digarapnya. Makin jauhdari tempat penjual, konsumen semakin enggan membelu karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal.[30]

Secara umum pertimbangan tempat penjualan menntukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut :

1) Jenis usaha yang dijalankan
2) Dekat dengan pasar

---

[29] Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produk dan Operasi,* Yogyakarta: BPFE, 2000, hal. 67

[30] Riries Mia Reshita, "*Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI di Sidoarjo", Se*kolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2015), hal. 1-2

3) Dekat dengan bahan baku
4) Dekat dengan tenaga kerja
5) Tersedia saran dan prasarana
6) Dekat pemerintahan
7) Dekat lembaga keuangan
8) Di kawasan industri

4. Promosi *(Promotion)*

a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang sangat penting yang dilakukan untuk membuka pangsa pasar yang baru atau memperluas jaringan pemasaran. Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanankan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan share pasar.

b. Macam-macam sarana promosi

Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya, yaitu:

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan memengaruhi calon nasabahnya,

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atas *sales promotion.* Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkanpenjualan atau unntuk meningkatkan jumlah nasabah.

3) Publisitas (*publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling.* Dalam dunia perbankan penjualan

pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai daric learning *service*, satpam, sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assistensi.*

5) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung yaitu penggunaan surat, telepon, faksimili, *e-mail,* dan alat-alat penghubungan nonpersonal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan dan calon pelanggan.[31]

E. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Dalam membeli dan mengkonsumsi sesuatu terlebih dahulu konsumen membuat keputusan mengenai produk apa yang dibutuhkan, kapan, bagaimana dan dimana proses pembelian atau konsumsi itu akan terjadi. Dengan kata lain diperlukan suatu proses pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu baik barang atau pun jasa.

Menurut Setiadi pengambilan keputusan yang diambil oleh seseorang dapat disebut sebagai suatu pemecahan masalah. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen memiliki sasaran atau perilaku yang ingin dicapai atau dipuaskan. Selanjutnya konsumen membuat keputusan

[31] Sutanto, *Manajemen Pemasaran…,* hal. 380

perilaku mana yang ingin dilakukan untuk mencapai sasaran tersebut. Proses pengambilan keputusan meliputi 6 tahap, yaitu:

1) Pengenalan kebutuhan

   Merupakan sebagai perbedaan atau ketidaksesuaian antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan sebenarnya yang akan membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan

2) Pencarian informasi

   Tahap selanjutnya adalah pencarian internal kememori untuk menentukan solusi yang memungkinkan. Jika pemecahannya tidak diperoleh melalui internal, maka proses pencarian difokuskan pada stimuli eksternal yang relevan dalam menyelesaikan masalah (pencarian eksternal).

3) Evaluasi alternatif

   Mengevaluasi pilihan serta menyempitkan pilihan pada alternatif yang diinginkan.

4) Pembelian

   Konsumen melakukan pembelian berdasarkan alternatif yang telah dipilih.

5) Konsumsi

   Konsumen melakukan pembelian berdasarkan alternatif yang telah dipilih

6) Evaluasi alternative setelah pembelian

Konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan sesudah dugunakan.[32]

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangankan informasi-informasi yang ia ketahui dengen relitas tentang produk itu setelah ia menyaksikannya. Hasil dari pemikiran itu dipengaruhi ketakutan kehendak konsumen untuk membeli sebagian alternatif dari istilah keputusan pembelian.[33]

F. Perbankan Syariah

1. Pengertian perbankan syariah

Mendegar kata bank sebenarnya tidak asing lagi bagi kita, terutama yang hidup nya di perkotaan. Bahkan, di pedesaan sekalipun saat ini kata bank bukan merupakan kata yang asing dan aneh. Menyebut kata bank setiap orang selalu mengaitkannya dengan uang sehingga selalu saja ada anggapan bahwa yang berhubungan dengan bank selalu ada kaitannya dengan uang. Hal ini tidak salah karena bank memang merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangn. Bank secara sederhana dapat diartikan sebagai “lembaga keuangan yang

[32] Dyah Ayu Kusumawardani, *Studi Mengenai Keputusan Pembelian Jasa Wedding and Event Organizer*. Jurnal keputusan pembelian.

[33] Friani Gloria Igir, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up,* JurnalAdministrasi Bisnis, Vol.6 No. 2 Tahun 2018 hal. 89

kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberika jasa bank lainya".[34]

Pengertian bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah: "Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak". Sedangkan pengertian perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan unit usaha-usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha lainnya. Produk-produk yang di tawarkan dalam bank syariah sesuai syariah islam atau sangat islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.[35]

Ditetapkannya Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang dalam beberapa pasalnya mengatur tentang perbankan islam, memberi landasan yang kuat bagi praktik perbankan islam di Indonesia. Undang-undang itu terdiri dari 10 bab dengan 61 pasal. Disahkannya Undang-Undang No.7 tahun 1992 menempatkan sistem perbankan islam sebagai salah satu system perbankan yang berlaku di Indonesia. Namun,

[34] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal.11-12
[35] Dokumentasi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping.

dalam undang-undang tersebut tidak menyebut dan menjelaskan secara langsung bank islam itu tersendiri. Kemudian dalam Peraturan Pemerintah No.72 tentang Bank.

Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil, istilah Bank islam baru dijelaskan. Bank islam yang dimaksudkan dalam undang-undang No.7 tahun 1992 dan PP No.72 tahun 1992 adalah bank dengan prinsip bagi hasil. Jadi dalam dua peraturan yang dikeluarkan tersebut tidak menyebutkan bank islam atau bank syariah, namum hanya sebagian bank dengan prisip bagi hasil.Penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan-kegiatan usaha bank dengan sistem bagi hasil merupakan hal yang fundamental. Disinilah letak perbedaan mendasar antara bank konvensional dengan bank islam, terutama yang berkaiatan dengan praktik riba.[36]

Perbedaan bank syariah dengan bank konvensional. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1.1

Perbedaan bank syariah dengan bank konvensional

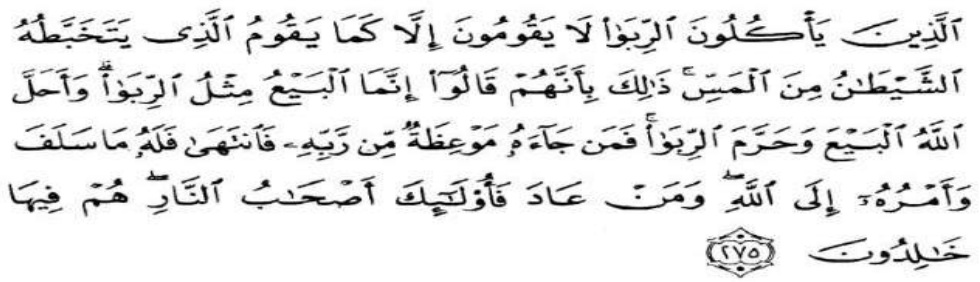
No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan.	Investasi, tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang dibiyai menguntungkan.

[36] Dwi Suwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2010). hal.2-8

2.	*Return,* yang dibiyai dan atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah	*Return,* baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana dan *return* yang diterima dari nasabah pengguna berupa bunga.
3.	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah islam	Perjanjianmenggunakan hukum positif
4.	Orientasi pembiayaan, tidak hanya untuk keuangan akan tetapi juga falah *oriented*, yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.	Orientasi pembiayaan, untuk memperoleh keuntungan atas dana yang di pinjamkan.
5.	Hubungan antar bank dan nasabah adalah mitra.	Hubungan antar bank dan nasabah adalah kreditor dan debitur.
6.	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, Dewan Pengawas Syariah / DPS.	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan Komisaris.
7.	Penyelesaian sengketa, duupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat.

G. Landasan Syariah

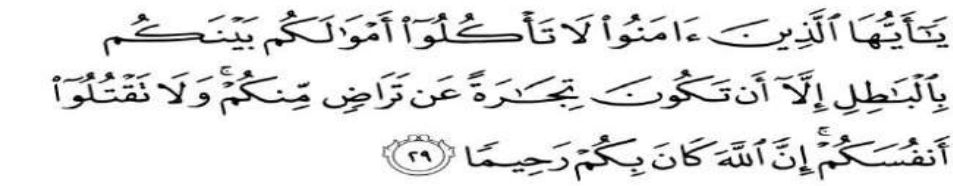
1. Terdapat dalam surat Al-Baqarah


الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَوٰا۟ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِى يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَٰنُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوٓا۟ إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَوٰا۟ ۗ وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَوٰا۟ ۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُۥٓ إِلَى اللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُو۟لَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا
خَٰلِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *"Allah telah menghalatkan jual beli dan mengharamkan riba…" (Al-Baqarah: 275)*

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa pada zaman rasulullah telah ada perdangan dan sudah adanya jual beli, dalam islam jual beli harus berdasarkan syariah dan tidak melanggar aturan allah. Dalam perdagangan di perbolehkan memperoleh keuntungan yang sesuai dengan transaksi yang dilakukan. Akan tetapi memperoleh keuntungan atau yng berlebihan atau yang disebut dengan riba di haramkan oleh allah.

2. Terdapat dalam surat An-Nisa'


يَٰٓأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَأْكُلُوٓا۟ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم
بِٱلْبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوٓا۟
أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *"wahai orang-orang yang beriman! Jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu…"(An-Nisa': 29)*[37]

[37] Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran bank Syariah,* (bandung: Pustaka Setia, 2013), hal181-182

Dalam ayat ini dijelaskan perbuatan bathil adalah perbuatan yang di larang oleh allah karena bathil adalah perbuatan yang tidah baik. Allah telah telah memperbolehkan jual beli dalam islam yang sesuai dengan aturan dan syariah untuk dapat memperoleh harta dengan jalan yang baik.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan yaitu penulis mengumpulkan data secara lansung dari lapangan atau lokasi penelitian. Pendekatan metode kualitatif yang mendeskripsikan Analisis Diferensiasi Produk Terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Lubuk Sikaping.[38]

B. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping Jl. Jend. Sudirman No. 19-20, Lubuk Sikaping Kec. Lubuk Sikaping, Kab.Pasaman, sedangkan waktu penelitian dilakukan pada Ferbruari 2020 s/d April 2020.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal (analisis atau cerita) bukan dalam bentuk angka. Yang termasuk dalam data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum obyek

[38] Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 1995),hal.3

penelitian, yang meliputi : sejarah singkat berdirinya bank syariah mandiri, visi dan misi, struktur organisasi dan sebagainya.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis mengunakan sumber data sekunder yaitu memperoleh bahan atau data yang bukan dari sumber utama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan penulis unntuk menjawab masalah yang diteliti.

Sumber data sekunder yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini, dokumen-dokumen dan wawancara merupakan sumber data sekunder.

D. Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung atau tatap muka (*face to face*).[39] Dalam penelitian ini penulis mewawancarai pihak PT. Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping

[39] Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Penenlitian Gabungan*, (Jakarta : Kencana, 2014), hlm 372

yang terlibat dalam analisis keunikan pembiayaan griya berkah pada tinggkat kepuasan nasabah serta pihak yang memiliki informasi terkait dengan informasi yang di butuhkan oleh penulis. Dimana pihak-pihak yang akan penulis wawancarai antaranya ialah marketing pembiayaan dan nasabah.

b) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sekumpulan data tertulis atau berkas-berkas mengenai hal-hal yang mengandung keterangan dan penjelasan yang jelas mengenai masalah yang akan diteliti.

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif. Dimana dalam analisis data kualitatif merupakan proses mereviu dan memeriksa data, menginterpretasikan data yang terkumpul sehingga dapat menggambarkan dan menerangkan fenomena atau situasi yang diteliti. Proses berjalannya atau peninjauan kembali selama proses penelitian sesuai dengan fenomena dan strategi penelitian yang dipilih peneliti memberikan warna analisis data yang dilakukan, namun dalam hal ini tidak terlepas dari kerangka pengumpulan data, redukasi data, penyajian (*display*) data, dan kesimpulan atau verifikasi.[40]

[40] Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Penenlitian Gabungan*, (Jakarta : Kencana, 2014), hlm 400-401

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri KPC Lubuk Sikaping

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

PT. Bank Syariah Mandiri pada awal berdirinya bernama PT. Bank Susila Bakti (BSB) Yang dimiliki oleh yayasan kesejahteraan pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi. Atas dasar akta Notaris: R. Soeratman SH., No. 146 tertanggal 10 agustus 1973. Setelah adanya marger empat banak pemerintah yaitu Bank Bumi Dava (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Eksport Import Indonesia (BEII) dan Bapindo pada tanggal 31 juli 1999 menjadi PT. Bank Mandiri (Persero), maka kepemilikan PT. Bank Susila Bakti (BSB) diambil alih oleh PT. Bank Mandiri (Persero).

PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru membuat kebijakan untuk mendukung sepenuhya dan melanjutkan kebijakan lama dari PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dilakukan dengan mengubah anggaran dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti (BSB) menajdi PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri berdasar angka notaries Ny. Machrani Moertolo Soenarto, SH., No. 29 tertanggal 19 mei 1999 dan telah mendapat persetujuan dari menteri Kehakiman RI dengan surat Keputusannya tanggal 1 Juli 1999 No.C2-12120.HT.01.04.TH.99.

Maksud tujuan dan nama bank serta seluruh anggaran dasar dari PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri kemudian diubah kembali berdasarkan akta Notaris Sutiipto, SH., No. 23tertanggal 8 september 1999. Nama baru bank yaitu Bank Syariah Mandiri yang kemudian disingkat menjadi BSM. Perubahan-perubahan tersebut telah mendapat persetujua dari Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keutusan Nomor 16495.HT.01.04.TH.99 tertanggal 16 September 1999.

Pada tanggal 25 oktober 1999, Bank Indonesia (BI) melalui surat keputusan Gubernur Bank Indonesia NO. 1/24/KEP.BI/1999 telah memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasrkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti (BSB). Selanjutnya dengan surat keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999. Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Dalam keputusan Bank Indonesia (BI) tersebut, Bank Syariah Mandiri (BSM) bisa beroperasi secara syariah terhitung mulai hari senin tanggal 1 November 1999. Kelahiran PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan buah bersama dari para perintis Bank Syariah di PT. Bank Susila Bakti (BSB) dan Manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingya kehadiran Bank Syariah dilingkungan PT. Bank Mandiri (Persero).

PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi satu keunggulan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) sebagai alternatif jasa perbankan di indonesia. Pada tahun 2003 ini, kembali memperoleh predikat sebagai bank syariah terbaik di majalah infobank bahkan peringkat yang diraih mengalami peningkatan dan menjadi leader perbankan syariah lainnya.

Sampai dengan tanggal 31 Desember 2002, Bank Syariah Mandiri (BSM) telah memiliki 37 kantor cabang pembantu dan 23 kantor kas di seluruh indonesia. Kantor pusat Bank Syariah Mandiri (BSM) berlokasi di jalan M.H Thamrin No. 5 Telp. (021) 2300509. Fax. (021) 39832978. Jakarta. 10340.[41]

2. Profil Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping

Tabel 1.2

Profil Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping

Nama Bank	Bank Syariah mandiri
Nomor Bank	451
Nama Kantor	Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping
Status Kantor	Kantor Cabang Pembantu (Dalam Negri) Syariah
Alamat	Jl. Jend. Sudirirman, No.19-20, Komplek Ruko

[41] *www.Syariahmandiri.co.id* diakses tanggal 20 juni

	Lubuk Sikaping, Pauah, Lubuk Sikaping, Kabupaten Pasaman, sumatera Barat, Indonesia
Kota/Kabupaten	Lubuk Sikaping
Kode Pos	26318
Telepon	(0753) 321653
Alamat *Website*	https://www.syariahmandiri.co.id/
Internet Banking	https://bsmnet.syariahmandiri.co.id/CMS/
Call center	Mandiri syariah *call* 14040
Tahun berdiri	2011
Jumlah Karyawan	24

Sumber: Bank Syariah mandiri KCP Lubuk Sikaping

3. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri (BSM)

1) Visi

"Bank Syariah Terdepan dan Modern"

Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu di antara pelaku industry perbankan sariah di indonesia pada segmen consumer, micro, commercial dan corporate.

Modern: Menjadi bank syariah sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

2) Misi

Misi dari Bank Syariah Mandiri (BSM) yaitu:

a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industry yang berkesinambungan.
b. Meningkatkan kualitas prosuk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
c. Mengutamakan perhimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

4. Doktrin Anti Fraud, Logo, Tagline, dan New Ethic, struktur organisasi PT. BSM

a) Doktrin Anti Fraud

a) Bismillah perangi fraud integritas harga mati
b) Pahami dan patuhi aturan
c) Jaga diri, jaga keluarga, jaga kawan, jaga BSM

b) Logo



c) Tagline

"TERDEPAN. MODERN, MENENTRAMKAN"

a) Terdepan adalah komitmen BSM untuk selalu menjadi Bank Syariah yang terbaik dan terbesar.

b) Modern adalah komitmen BSM untuk terus berinovasi baik dari sisi produk, mako, layanan, teknolog dan sumber daya manusia yang profesional sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan perbankan syariah

c) Menentramkan adalah komitmen BSM untuk memberikan rasa aman dan nyaman dalam melakukan aktivitas perbankan sesuai prinsip syariah bagi seluruh kepentingan.

d) New Ethic BSM

a. *Excellent*, berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan.

b. *Teamwork,* mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.

c. *Humanity,* menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan religious.

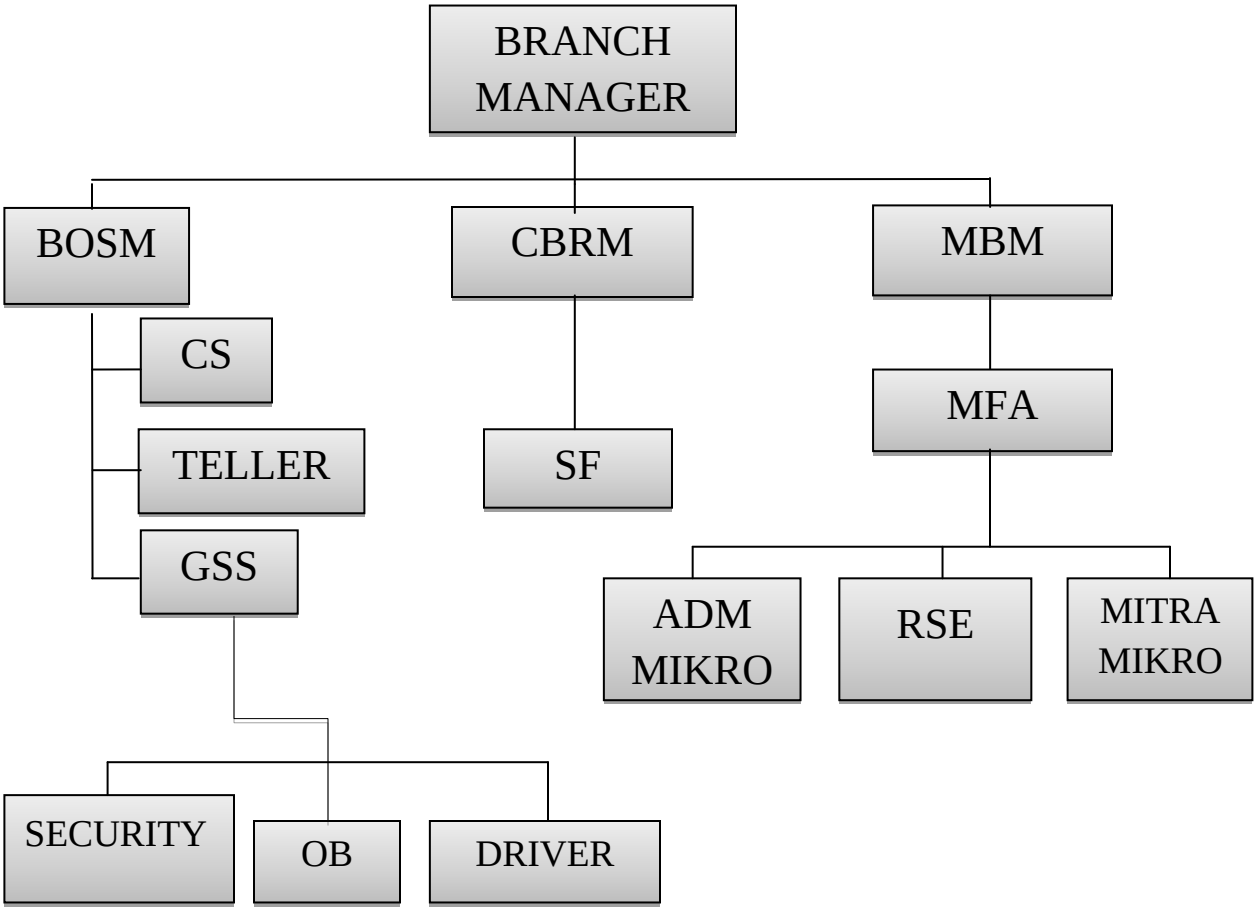
d. *Custumer focus,* memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadi Bank Syariah Mandiri sebagai mitra yang terpecaya dan menguntungkan.[42]

[42] *www.Syariahmandiri.co.id* diakses tanggal 20 juni

e) Struktur Organisasi BSM

Gambar 1.1

Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping



Sumber: Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping

5. Produk-produk Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping

Produk-produk yang ada pada PT Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Lubuk Sikaping yaitu:

a. Produk-produk Pendanaan (*funding*)

1) Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah dengan akad Mudharabah Mutlaqah yang penarikannya sesuai syarat tertentu yang disepakati.

2) BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka dengan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian bagi penabung maupun ahli waris untuk memperoleh dananya sesuai target waktu dan dengan perlindungan asuransi gratis.

3) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip wadiah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.

4) BSM Tabungan Mabrur

Tabungan perorangan untuk merencanakan ibadah haji & umrah.

5) BSM Tabungan Mabrur Junior

Tabungan anak untuk merencanakan ibadah haji & umrah.

6) BSM Tabungan Dollar

Tabungan dalam mata uang Dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan dengan menggunakan slip penarikan.

7) BSM Tabungan Investa Cendekia (TIC)

Tabungan berjangka yang diperuntukkan bagi masyarakat dalam melakukan perencanaan keuangan, khususnya pendidikan bagi putra/putri.

8) BSM Tabungan Pensiun

Tabungan dalam mata uang rupiah hasil kerjasama BSM dengan PT Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.

9) BSM Tabunganku

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

10) BSM Deposito

Produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

11) BSM Giro

Simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip wadiah yad dhamanah.

b. Produk-produk Pembiayaan (*Lending*)

1) BSM Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

2) BSM Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

3) BSM Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Dapat dipergunakan untuk keperluan usaha (investasi, modal kerja) dan pembiayaan konsumer.

4) BSM Implan

Pembiayaan konsumer dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kolektif) melalui rekomendasi perusahaan.

5) BSM Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan konsumtif dalam valuta rupiah yang diberikan oleh Bank kepada perseorangan/individual untuk membiayai pembelian rumah baru, rumah second, renovasi maupun take over berupa rumah tinggal.

6) BSM Pensiun

Pembiayaan BSM Pensiun adalah pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan atau pegawai yang lebih kurang 6 bulan lagi

akan pensiun (pra pensiun) atau janda pensiun dan telah menerima SK pensiun.

7) BSM Pembiayaan Warung Mikro

Pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan usaha dan multiguna dengan maksimal pembiayaan sampai dengan Rp100 Juta dengan akad Murabahah dan Ijarah

8) Pembiayaan Umrah

Pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umroh, seperti untuk tiket, akomodasi, dan persiapan biaya umroh lainnya dengan akad ijarah.

9) Gadai Emas BSM

Pembiayaan yang menggunakan akad qardh dengan jaminan berupa emas yang diikat dengan akad rahn, dimana emas yang diagunkan disimpan dan dipelihara oleh Bank selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya pemeliharaan atas emas sebagai objek rahn yang diikat dengan akad ijarah.

10) Cicil Emas BSM

Pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad Murabahah.

11) BSM Oto

Pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor berupa mobil baru atau bekas berdasarkan prinsip syariah.

c. Produk-produk Jasa

1) BSM Card

Merupakan sarana untuk melakukan transaksi penarikan, pembayaran, dan pemindahbukuan dana pada ATM BSM, ATM Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima maupun ATM MEPS (Malaysia). Selain itu juga berfungsi sebagai kartu debit yang dapat digunakan untuk transaksi belanja di merchantmerchant yang menggunakan EDC Bank Mandiri atau Prima Debit (BCA).

2) BSM ATM

Mesin Anjungan Tunai Mandiri yang dimiliki oleh BSM. BSM ATM dapat digunakan oleh nasabah BSM, nasabah bank anggota Prima, nasabah bank anggota ATM Bersama dan nasabah anggota Bancard (Malaysia).

3) BSM CALL 14040

Layanan perbankan melalui telepon dengan nomor akses 14040 atau 021 2953 4040, yang dapat digunakan oleh nasabah untuk mendapatkan informasi terkait layanan perbankan.

4) BSM Mobile Banking

Merupakan produk layanan perbankan yang berbasis teknologi SMS telepon selular (ponsel) yang memberikan kemudahan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan di mana saja, kapan saja.

5) BSM Mobile Banking Multi Platform

Merupakan saluran distribusi yang dimiliki oleh BSM untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah dengan menggunakan teknologi GPRS/EDGE/3G/BIS dan WIFI melalui smartphone.

6) BSM Net Banking

Merupakan fasilitas layanan bank yang dapat digunakan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan (ditentukan bank) melalui jaringan internet menggunakan komputer/ smart phone.

7) Bank Garansi

Bank Garansi merupakan bentuk surat jaminan yang dikeluarkan oleh bank dalam rangka menjamin nasabah untuk kepentingan pemilik proyek. Surat penjamin ini diberikan untuk tujuan pengajuan tender, pelaksanaan proyek, uang muka proyek dan pemeliharaan proyek.

8) Western Union Jasa Operasional

Merupakan jasa mengirim uang / penerimaan kiriman uang secara cepat (*Real Time on Line*) yang dilakan lintas Negara atau dalam satu Negara (Domestik)

9) Transfer

Manfaat layanan BSM transfer untuk mengirim uang tunai kepada sanak saudara atau rekan bisnis si seluruh pelosok Negeri tercinta dengan mudah dan aman. Uang tetap dapat dikirim meskipun

dilokasi tersebut belum tersedia layanan perbankan. Layanan transfer ini diperuntukan untuk perorangan dan badan hukum.

10) Intercity Clearning

Jasa penagihan warkat (cek /bilyet giro valuta rupiah) bank diluar wilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dan hasil-hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.

11) Inkaso

Inkaso merupakan bentuk penagihan warkat bank lain dimana bank tertariknya berada wilayah kliring atau berada diluar negeri, hasilnya penagihan akan di kredit ke rekening nasabah

12) BSM RTGS (Real Time Gross Setlement)

Jasa transfer caluta rupiah antar bank dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara *real time.* Hasil transfer efektif dalam hitungan menit.[43]

B. Gambaran Umum Pembiayan Griya BSM pada Bank Syariah mandiri KCP Lubuk Sikaping

1. Analisis Keunikan Pembiayaan Griya BSM pada Tinggkat Keputusan Pembelian Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pak hafiz yang mana belian menyatakan:

[43] *www.Syariahmandiri.co.id* diakses tanggal 20 juni

Pembiayaan Griya berkah merupakan bentuk penyaluran fasilitas pembiayaan dalam bentuk kepemilikan rumah (baik itu berupa rumah hunian, ruko, kontrakan dan lain sebagainya) kepada para calon nasabah yang ingin atau sedang membutuhkan rumah (maksimal lama pembiayaan yang dilakukan yaitu selama 2 tahun setelah akan dilakukan), sistem pelaksanaan griya yaitu dari pihak bank akan mencroscek terlebih dahulu calon nasabah griya tersbut apakah calon nasabah tersebut berhak atau tidaknya menerima pembiayaan griya berkah ini atau tidak, kemudian jumlah maksimal pembiayaan yang diberikan kepada calon nasabah yaitu tergantung pada tingkat pendapatan nasabah (gaji) atau dari wirausaha.

Limit pembiayaan griya 500 juta bisa dieksekusi ditingkatan area, sedangkan di atas 500 juta tingkat pemutusan limitnya di kanwil tergantung limit pemutusannya, setelah semua data calon nasabah pembiayaan griya di croscek baru ditentukan pakah nasabah tersebut termasuk kedalam tipekal gubertab dan tipekal non gubertab, tipical gubertap yaitu pembiayaan kepemilikan rumah dengan jalur pembayaran melalui pemotongan gaji calon nasabah tersebut, contohnya calon nasabah yang pekerjaannya seperti Depelopper, PNS dan lain sebagainya, tingkatannya yaitu calon nasabhaa gubertab lebih bisa maksimal dikarenakan gaji yang diterima oleh calon nasabah yaitu siknifikan hampir sama rata-rata, sedangkan non gubertab atau wirausaha dilihat dari rotasi rekeningnya berapakah transaksi yang dilakukan calon nasabah perbulan dirata-ratakan dalam pertiga bulan. Pembiayaan griya

boleh di lakukan oleh masyarakat yang ingin atau sedang membutuhkan rumah, jadi pembiayaan kepemilikan rumah tidak dibatasi kepada siapa pun akan tetapi dalam pemberian pembiayaan kepemilikan rumah calon nasabah tersebut dilihat dan di analisis terlebih dahulu apa perkerjaan calon nasabah tersebut dan apakah sanggup dia untuk membayar cicilan pembiayaan tersebut. Pembiaaan ini disalurkan kepada PNS, Wirausaha dan dokor.

Dalam mengajukan pembiayaan griya BSM ini nasabah harus menyediakan dokumen-dokumen yang diperlukan dalam pengajuan pembiayaan, yang mana dokumen-dokumen tersebut antara lain adalah :

1) Surat permohonan pembiayaan griya BSM lengkap dari nasabah
2) Foto copy KTP Pemohon (suami/istri)
3) NPWP
4) Fotocopy Kartu Keluarga
5) Fotocopy Surat Nikah/ Cerai
6) Surat Keputusan CPNS/PNS/SK terakhir
7) Surat Jaminan seperti SHM/SHGB/IMB/PBB/BPKB/STNK/ Sertifkat Tanah, Sertifikat Rumah.
8) Surat Legalitas Usaha
9) SOP, Syarat Izin Usaha, TDP

2. Analisa Jaminan dari pembiayaan Griya BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak hafiz yang mana beliau menyatakan :

Analisa jaminan ini ialah dari plafon yang diminta yaitu berapa besarkah calon nasabah pembiayaan Griya BSM melalukan pembiayaan atau pinjaman misalnya berjumlah 500 juta maksimal jaminannya seharga 125% dari plafon atau sebesar 175 juta apakah jaminannya berbentuk ruko, rumah, tanah dan sebagainya, dengan akuisisi nilai pasar atau sesuai dengan harga pasar misalnya yang menjadi jamianannya adalah tanah maka harus di lakukan survei terlebih dahulu berapakah harga tanah sesuai pasaran. Dan apabila jaminan yang diberikan calon nasabah pembiayaan Griya BSM sebesar 400 juta maka plafon atau pembiayaan yang diberikan dibawah 400 juta.

3. Manfaat dari pembiayaan Griya BSM pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak hafiz yang mana beliau menyatakan :

Setiap nasabah pembiayaan Griya BSM memudahkan nasabah untuk kepemilikan rumah dengan cara melakukan pembiayaan griya BSM, memudahkan nasabah untuk merenovasi, membeli ruko untuk tempat usaha dan sebagainya. Dan manfaat untuk bank ialah keuntungan atau margin yang diperoleh atas pembiayaan yang dilakukan nasabah tersebut. Nasabah lebih

mudah dan nyaman jika memcicil rumah tanpa adanya riba dan timbulnya kezhaliman.

4. Analisis bauran pemasaran pembiayaan griya BSM pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping.

1) Analisis produk (*Product*)

Analisis *product* dilakukan oleh pihak bank dalam menciptakan produk yang akan diluncurkan apakah produk tersebut layak dan bisa i bermanfaat bagi nasabah dan bagi bank. Prosuk yang di keluarkan oleh bank tersubut apakah bisa diterima oleh masyarakat luar, bagaimana cara produk yang dikeluarkan kan bersaing dengan produk-produk bank lain.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan bersama bapak hafiz (marketing pembiayaan) menyatakan bahwa produk yang diluncurkan oleh bank tersebut mampu bersaing dipasaran dan bank-bank lain, akan tetapi karena lokasi tempat atau letak bank tersebut tidak dikawasan yang banyank pedagang alan tetapi yang mayoritas pekerjaannya sebagai PNS jadi produk yang ditawarkan tidak banyak diminati karena umumnya PSN tersebut bukan penduduk asli.

2) Analisis harga (*Price*)

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui berapakah harga yang bisa kita tawarkan kepadanasabah yang ingin melakukan pembiayaan tersebut, dan harga yang ditawarkan tersebut sesuai dengan harga pasaran dan tidak membuat nasabah menjadi terbebani.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak hafiz (marketing pembiayaan) menyatakan bahwa harga yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan yang nasabah minta, karena pembiayaan ini khususnya untuk kepemilikan rumah jadi pihak bank hanya menyerakan kepada nasabah berapa nilai atau harga rumah yang dia butuhkan, akan tetapi pembiayaan yang dilakukan harus sesuai dengan jaminan yang disediakan oleh calon nasabah tersebut. Jika nasabah memiliki nilai jaminan yang tinggi maka pembiayaan yang diberikan juga tinggi dan sesuai keinginan calon nasabah.

3) Analisis tempat (*Place*)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan bapak hafiz (marketing pembiayaan) menyatakan bahwa pada pembiayaan Griya BSM tempat atau lokasi jaminan sangat menjadi pertimbangan yang kuat untuk memberikan pembiayaan kepada calon nasabah tersebut. Jaminan merupakan bentuk tanggungan atas pinjaman yang diterima atau dilakukan atau sebagai janji seseorang atas kewajibanya. jaminan tersebut bisa berupa sertifikat tanah, sertifikat rumah BPKB, dan sebagainya. Jika calon nasabah menjadikan tanah sebagai jaminan untuk melakukan pembiayaan maka pihak bank akan mensurvei telbelih dahulu tempat atau lokasi tanah tersebut. Apakah tanah tersebut termasuk zona merah (tering terjadinya gempa, shunami dll) maka kemungkinan kecil pihak bank memberikan pembiayaan.

4) Analisis Promosi (*Promotion*)

Berdasarkan wawancara peneliti dengan bapak hafiz (*marketing pembiayaan*) beliau menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk memasarkan produk. Dalam pembiayaan griya BSM ini pihak bank melakukan promosi dengan cara datang lansung kepada calon nasabah contohnya datang kerumah sakit, karena sasaran utama pada saat ini yaitu doktor, maka mereka melakukan promosi dengan cara tersebut da nada juga melalui brosur.

C. Analisis Penulis

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan diketahui bahwa pada pembiayaan griya BSM dengan tingkat keputusan pembelian pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping dengan mengunakan metode analisis 4P yaitu ditemukan bahwa yang menajdi hal terpenting ialah tempat (*Place*) dan juga pada produk (*Product*) karena produk yang ingin ditawarkan tidak memiliki keunikan, oleh karena itu nasabah tidak terlalu tertarik dan lebih memilih pembiayaan lain. jika pada pproduk yang ditawarkan memiliki suatu keunikan maka akan meningkatkan penjualan dan menarik nasabah. Tempat (*Place*) tempat yang dimaksud di sini ialah lokasi jaminan yang diberikan oleh calon nasabah jika lokasi tidak memungkinkan atau termasuk zona merah maka pihak bank tidak akan memberikan pembiayaan kepda calon nasabah tersebut, oleh sebab itu pihak bank akan sulit untuk mencari calon nasaha baru.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping tentang analisis keunikan pembiayaan griya BSM pada tingkat keputusan pembelian bahwa melalui analisis 4P yaitu: *Product, Price, place, dan Promotion* ditemukan banyak kekurangan terutama pada *Prduct* yang ditawarkan tidak memiliki keunikan oleh sebab itu produk tersebut tidak diminati oleh nasabah dan nasabah lebih memilih produk-produk yang lain. jika suatu produk memiliki keunikan maka akan menarik minat nasabah untuk melalukan pembelian atau melaukan pembiayaan atas produk tersebut.

Pada *Place* tempat disini merupaka jaminan yang diberikan calon nasabah untuk melakukan pembiayaan griya BSM jika lokasi yang dijadikan nasabah tidak memungkinkan maka pihak bank kemungkinan kecil akan memberikan pembiayaan pada nasabah tersebut. Lokasi Bank juga menajdi salah satu faktor yang sangat mengurangi atau merosotnya untuk melaukan pembiayaan, nasabah akan lebih memilih lokasi yang mudah terjangkau, dekat dan strategis. Oleh karena itu pembiayan griay BSM selalu mengalami penurunan dari tahun ketahun bisa dilihat dari data di atas pada tahun 2015-2019 pembiayaan griya sangat merosot sampai saat ini. Dengan menciptakan suatu keunikan pada produk tersebut akan meningkatkan kembali penjualan atau akan banyak nasabah yang melakukan pembiayaan kembali.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping tentang analisis keunikan pembiayaan griya BSM pada tingkat keputusan pembelian. Maka dalam hal ini penulis meyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping dalam meningkatkan penjualan atas produk pembiayaan griya BSM dengan menciptakan suatu keunikan dari produk, meningkatkan kuaalitas dari produk tersebut, agar produk pembiayaan griya menajdi lebih diminati oleh banyak nasabah.
2. Bagi masyarakat jika ingin membeli atau merenovasi rumah ruko atau sebagainya untuk memilih produk pembiayaan griya BSM yang pelaksanaannya tidak terlalu sulit dan mudah, dengan akad murabahah atau jual beli bebas dari riba.
3. Diharapkan penelitian yang penulis lakukan dapat memberikan manfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya dan bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

Amri Astria, Mirza. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Bank OCBC NISP Medan Dalam Pemilihan KPR Konvensional dan Syariah. Jurnal at-tawassuth.* Vol.III, No.2.

Abdillah, Yasril. Dkk. 2014. *Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.17.No.2.

Agata Hotmauli, Rosali. 2019. *Pengaruh Kualitas, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Minyak Karo Mejuah-juah di Kecamatan Medan Baru.* Universitas Sumatera Utara Medan. Medan.

Al Arif, Rianto Nur, M. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah.* Alfabeta. Bandung.

Aminah, Siti.2018. *Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Politioning dalam Memotivasi Nasabah.*

Ashari,Anwar.2009. *Skripsi.Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Penguna Motor Honda.* Manajemen. ekonomi. Universitas Nengri Semarang. Semarang.

Dejawata,Baharman Thariz dkk, 2014. *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, Jurnal Administrasi Bisnis,* Vol. 17.No.2.

Dokumen PT. Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping.

Handoko, Hani. 2000. *Dasar-dasar Manajemen Produk dan Operasi.* BPFE. Yogyakarta.

Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasana Pelanggan.* PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.

Igir Gloria, Friani. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up.* Jurnal Administrasi Bisnis Vol.6 No.2.

Joyosumarto, Subarjo. 2018. *BANKIR Kepemimpinan Lembaga Perbankan Abad 21.* Percetakan PT. Gramedia. Jakarta.

Karim A, Adiwarman. 2008. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan.* PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Kasmir, 2005.*Pemasaran Bank*, Kencana Prenada Media. Jakarta.

Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. PT. Rajawali Persada. Jakarta

Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian,* Jilid 1. terj. Jaka Wasana. Erlangga. Jakarta

Maleong, J Lexy.1995. *Metodologi Penelitian Manajemen Kualitatif*. Remaja

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah.* UPP AMP YKPN, Cet.Ke-1.Yogyakarta.

Nurul Hidayah, Ummi. 2016. *Strategi Pemasaran Pembiayaan Pemilikan Rumah Griya Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Semarang dalam Menarik Minat Nasabah Kota Semarang Untuk Menanfaatkannya.* UIN Walisongo Semarang. Semarang.

Poli, Vocke. Dkk. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan pembelian Souvenir Amanda Collection.* Universiats Sam Ratulangi. Manado.

Pratama, Harri Ramdhan, Djastuti Indri. 2015. *Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Kulatitas*.

Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis,* Gramedia. Jakarta.

Reshita Mia, Riries. 2015. *Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BNI di Sidoarjo.* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.

Simamora, R. Elisabeth.2017. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, Tesis, Magister Manajemen Pascasarjana, Universitas Diponegoro. Semarang.

Suwiknyo, Dwi. 2010. *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah.* Pustaka Pelajar. Jakarta.

Sula, Syakir. Muhammad.2004. *Asuransi Syariah (Life And General) Konsep dan Sistem Operasional.* Gema Insani Press. Jakarta.

Susanto, Herry. Dan Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah.* Pustaka Setia. Bandung.

Stinnet, Bill. *Think Like You Customer.* Alex Media Komputer. Jakarta.

Tai jacky, Chew Wilson. 2012. *Killer Diferensiation,13 Startegi to Graw Your Brand.*Permata Putri media. Jakarta Barat

Tusakdiah, Alima. 2018. *Startegi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.* IAIN Bukittinggi. Bukittinggi.

Zebua, Edward.2017.*Buku Ajar dan Perangkat Pembelajaran Kewirausahaan.* Institut Seni Indonesia Padang Panjang.Padang Panjang Timur.

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Penenlitian Gabungan.* Kencana. Jakarta.