

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertambahan jumlah penduduk di dunia pada umumnya dan di Indonesia pada khususnya, merupakan faktor dinamika yang paling penting. Faktor penduduk mempengaruhi, bahkan menentukan arah perkembangan masyarakat dan negara yang akan datang.¹

Masalah yang menyangkut ekonomi saat ini sungguh memprihatinkan. Faktor ekonomi yang sangat terbatas akhirnya membuat setiap kepala keluarga sulit untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh manusia adalah kebutuhan akan papan yang merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia setelah sandang dan pangan. Manusia pada umumnya mempunyai kebutuhan akan tempat tinggal, yaitu rumah sebagai tempat tinggal berlindung dari segala cuaca sekaligus sebagai tempat tumbuh kembang komunitas terkecil manusia. Namun seiring kemajuan teknologi, perkembangan ekonomi, dan pertambahan jumlah penduduk, lahan untuk perumahan berkurang. Berkurangnya lahan bagi perumahan mengakibatkan persaingan, sehingga membangun rumah membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Membangun atau membeli rumah memerlukan banyak dana. Padahal tidak semua orang mempunyai dana yang cukup untuk membangun sebuah rumah.

¹ Su mitro Djojohadikusumo, *Indonesia dalam Perkembangan Dunia (Kini dan Masa Datang)*, (Jakarta: LP3ES, 1989), h. 2-3

Secara prinsip, pembelian rumah bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu secara tunai maupun kredit. Siapa pun bisa mendapatkan rumah secara tunai bila memiliki uang yang nilainya sama dengan harga rumah yang diinginkan dan bagi masyarakat yang belum memiliki kecukupan *financial* maka mereka akan membeli rumah dengan cara kredit dengan jangka waktu tertentu melalui pembiayaan. Hal ini dikarenakan membeli rumah secara kredit lebih ringan dari pada secara tunai.

Untuk masyarakat yang membutuhkan rumah secara kredit, maka peran perbankan sangat penting. Menurut Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Secara umum, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.² Bank disebut juga sebagai lembaga *intermediary*, artinya bank sebagai lembaga perantara antar pihak yang kelebihan dana dengan pihak kekurangan dana. Dewasa ini tidak hanya bank konvensional yang berkembang, namun bank-bank syariah juga mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Terkait dengan asas operasional Bank Syariah, berdasarkan Pasal 2 UU No. 21 Tahun 2008, disebutkan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Selanjutnya, terkait dengan tujuan Bank Syariah, pada pasal 3

² Muhammad, *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah (Panduan Teknis Pembuatan Akad/Perjanjian Pembiayaan Pada Bank Syariah)*, (Yogyakarta: UII Pers, 2009), h. 4

dinyatakan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.³ Khususnya dalam bidang pembiayaan, untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan rumah dapat menjadi prioritas bank syariah dalam mewujudkan keadilan sehingga target pasarnya pun tidak hanya orang-orang yang memenuhi persyaratan bank. Pada bank syariah tidak hanya orang yang mampu saja yang berhak mendapatkan pembiayaan, tetapi juga masyarakat yang tidak mampu pun berhak untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan.

UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 angka 25 mengatakan pembiayaan adalah :

“pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan : a. transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarabah*; b. transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamlik*; c. transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murahabah*, salam, dan *istisna*’; d. sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberikan fasilitas

³ Rizal Yaya, et.al., *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Selemba Empat, 2012), h. 54

dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil.⁴

Salah satu Bank Syariah di Banjarmasin yang menyediakan pembiayaan perkreditan rumah adalah BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dengan produknya yang disebut Griya iB Hasanah. Griya iB Hasanah adalah salah satu solusi yang diberikan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin untuk masyarakat yang kekurangan dana namun ingin memiliki rumah. Prosesnya lebih cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah, nasabah hanya melengkapi persyaratan-persyaratan dokumen dan prosedur yang telah ditentukan oleh pihak bank. Namun, bank juga tidak langsung menerima pembiayaan tersebut, pada awalnya bank terlebih dahulu melakukan analisis, survey dan observasi apakah pembiayaan ini layak diberikan kepada nasabah. Apabila pihak BNI Syariah menyetujui permohonan pembiayaan tersebut, maka diadakan perjanjian pembiayaan dengan menggunakan akad *ijarah* diawal dan diakhiri dengan perpindahan hak milik dengan menggunakan akad *murahabah*, yaitu dengan menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.

Griya iB Hasanah memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan produk pembiayaan perumahan pada lembaga keuangan lainnya, yaitu :

1. Maksimal pembiayaan sampai dengan Rp. 5 Milyar
2. Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun

⁴ Zubairi Hasan, *Undang-undang Perbankan Syariah*, (Jakarta:Rajawali Perss, 2009), h. 262

3. Margin kompetitif
4. Uang muka yang ringan 10% (mitra developer)
5. Angsuran tetap sampai dengan lunas

Menurut salah satu sales bagian pemasaran BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin Bapak Hadi mengatakan bahwasanya produk pembiayaan Griya iB Hasanah merupakan produk unggulan di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.⁵ Apalagi dengan tingkat pertumbuhan masyarakat yang semakin tinggi dan mayoritas beragama Islam. Kondisi ini merupakan prospek pasar yang sangat potensial.⁶ Lebih-lebih kehadiran produk pembiayaan Griya iB Hasanah sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan kepemilikan rumah. Di sini peluang perbankan syariah sangat besar pada sektor pembiayaan, salah satunya pembiayaan Griya iB Hasanah yang menerapkan akad *ijarah* dan *murahabah*.

Dalam mekanisme praktik pembiayaan Griya iB Hasanah yang diterapkan di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dianggap sebagai aplikasi dari akad *ijarah* dan *murahabah* dan akad ini boleh dilakukan, karena dilakukan secara terpisah, namun apabila digabung dalam satu transaksi dua akad hal ini jelas dilarang oleh syara'. Sebagaimana hadits Nabi riwayat Ahmad dari Ibnu Mas'ud, sebagai berikut:

⁵ Hadi, *Sales Bagian Pemasaran Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin*, wawancara pribadi, 10-03-2014.

⁶ Ma'ruf Abdullah, *Hukum Perbankan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2006), h. 109

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ صَفْقَتَيْنِ فِي صَفْقَةٍ وَاحِدَةٍ

Artinya: “Rasulullah melarang dua bentuk akad sekaligus dalam satu obyek”. (HR. Ahmad).

Landasan hukum pembiayaan *ija>rah* dalam Al-Qur’an Surah At-Thalaq Ayat 6 yang berbunyi sebagai berikut:

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تُضَارُوهُنَّ لِتُضَيِّقُوا عَلَيْهِنَّ وَإِنْ كُنَّ أُولَاتٍ حَمَلٍ فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّىٰ يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَعَاتُوهُنَّ أُجُورَهُنَّ وَأَتَمُّوْا بَيْنَكُمْ بِمَعْرُوفٍ وَإِنْ تَعَاَسَرْتُمَّ فَاسْتَرْضِعْ لَهُ أٰخْرٰى ﴿٦﴾

Artinya: “tempatkanlah mereka (para isteri) di mana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. dan jika mereka (isteri-isteri yang sudah ditalaq) itu sedang hamil, Maka berikanlah kepada mereka nafkahnya hingga mereka bersalin, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)mu untukmu Maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu menemui kesulitan Maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya”. (QS. At-Thalaq [65]: 6).

Landasan syariah pelaksanaan pembiayaan *mura>bah* dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah Ayat 1 yang berbunyi sebagai berikut :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ ۗ اُحِلَّتْ لَكُمْ بَيِّمَةٌ الْاَنْعَمِ اِلَّا مَا يُتْلٰى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحْلٰى الصَّيْدِ وَاَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ اِنَّ اللّٰهَ تَحَكُّمٌ مَا يُرِيْدُ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu.

(yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya". (QS Al-Ma'idah [5] : 1)

Melihat peluang yang yang besar pada pembiayaan dalam kepemilikan rumah, maka perlunya ada sebuah inovasi untuk mengembangkan pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin jika ingin terus tetap bertahan untuk menjaga keberlangsungan siklus hidup produk dan mempertahankan loyalitas nasabah-nasabahnya. Hal ini juga penting demi tercapainya prospek pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang lebih baik dan semakin meningkat untuk kedepannya, walaupun banyak lembaga keuangan yang menerapkan pembiayaan kredit perumahan rakyat.

Berangkat dari berbagai pembahasan diatas penulis tertarik ingin mengadakan penelitian yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran, prospek dan perspektif Hukum Islam tentang pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin Jalan A. Yani Km. 4 No. 385 Banjarmasin. Kemudian menuangkannya dalam sebuah karya ilmiah yang berbentuk skripsi yang berjudul : **“Prospek Pembiayaan Griya iB Hasanah Di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan yang diteliti penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin ?
2. Seberapa jauh prospek pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin ?
3. Bagaimana perspektif Hukum Islam tentang pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Strategi pemasaran pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
2. Prospek pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
3. Perspektif Hukum Islam tentang pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk:

1. Bahan informasi ilmiah dalam ilmu kesyariahan khususnya bidang Perbankan Syariah.

2. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis pada khususnya serta pembaca pada umumnya.
3. Bahan informasi bagi siapa yang ingin melakukan penelitian secara lebih mendalam tentang masalah ini.
4. Sebagai bahan masukan bagi BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin khususnya untuk pembiayaan Griya iB Hasanah.
5. Sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran dalam rangka memperkaya khazanah literatur perpustakaan fakultas syariah dan IAIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Agar lebih memperjelas maksud dari judul di atas dan untuk menghindari penafsiran keliru dalam memahami tulisan ini, maka penulis mengemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Prospek menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kemungkinan; harapan.⁷ maksudnya ialah kemungkinan ataupun harapan tentang pembiayaan Griya iB Hasanah bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
2. Pembiayaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan biaya.⁸ Maksudnya ialah pembiayaan yang diberikan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin kepada nasabah pengguna produk pembiayaan Griya iB Hasanah.

⁷ Tim Penyusun Kamus Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), ed. 3, cet. 4, h. 899.

⁸ *Ibid.*, h. 147

3. Griya iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent.⁹ Ini adalah salah satu produk pembiayaan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
4. Bank menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹⁰ Adapun yang dimaksud dalam tulisan ini adalah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini kajian pustaka sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama dengan penelitian yang akan diteliti. Oleh sebab itu penulis melakukan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah ada. Berikut penelitian sejenis yang telah dilakukan, yaitu :

1. “Analisis Pembiayaan Pemilikan Rumah iB Griya Hasanah Dengan Akad *Mura>bah}ah* Pada BNI Syariah Cabang Banjarmasin” Oleh Noor Migaty NIM 0701158002 Jurusan Ekonomi Islam, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik pembiayaan pemilikan rumah iB

⁹ <http://www.bnisyariah.co.id> diakses tanggal 15 maret 2014

¹⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Raja wali Pers, 2011), h. 25

Griya Hasanah dengan akad *mura>bah}ah* dan aplikasi akad *mura>bah}ah* pada pembiayaan pemilikan rumah iB Griya Hasanah sudah sesuai dengan prinsip syariah.

Hasil dari penelitian ini adalah praktik pembiayaan pemilikan rumah iB Griya Hasanah BNI Syariah mengacu pada proses manajemen pembiayaan yang dilakukan oleh unit pemasaran yang berguna untuk memberikan jumlah pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan harapan fasilitas pembiayaan iB Griya Hasanah yang diberikan merupakan pembiayaan yang berkualitas (tepat jumlah, tepat waktu dan tepat penggunaan) dan aplikasi akad *mura>bah}ah* pada pembiayaan iB Griya Hasanah sesuai dengan ketentuan syariah yang terdapat dalam Al-Qur'an dan hadis serta fatwa DSN-MUI No.04/DSN-MUI/IV/2000.

2. "Pembiayaan KPR Indensya BTN iB Dengan Akad *Istis~na'* Pada BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin" Oleh Hunatun Kamilah NIM 0901160153 Jurusan Perbankan Syariah, penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui mekanisme pembiayaan KPR BTN indent iB dengan akad *istis~na'* dan mekanisme pembiayaan KPR BTN indent iB dengan akad *istis~na'* pada BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dalam perspektif teori pembiayaan perbankan syariah.

Hasil dari penelitian ini adalah mekanisme yang sering ada dan dijalankan dalam pembiayaan KPR BTN indent iB pada BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin adalah nasabah datang kepada developer terlebih dahulu untuk mengetahui harga tipe rumah yang mereka

inginkan kemudian developer yang memberitahukan kepada Bank atas adanya pemesanan rumah dan mekanisme akad *istis-na'* pada pembiayaan tersebut tidak sesuai dengan teori pembiayaan perbankan syariah.

3. "Pembiayaan Hunian Syariah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin" Oleh Muhammad Fahmi Nurani NIM 0801158963 Jurusan Ekonomi Islam, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembiayaan hunian syariah dan penerapan akad dalam pembiayaan hunian syariah telah sesuai dengan prinsip syariah.

Hasil dari penelitian ini adalah pelaksanaan pembiayaan *mura>bah}ah* dilakukan dengan pihak bank langsung membeli rumah yang diinginkan oleh nasabah dari developer dan kemudian baru menjualnya kepada nasabah setelah barang menjadi milik bank, ada dua akad yang dapat digunakan dalam pembiayaan ini akad *mura>bah}ah* dan akad *musya>rakah mutanaqisah* dan penerapan akad telah memenuhi rukun dan syarat yang diharuskan hanya pada pembiayaan pembelian rumah secara indent yang masih menjadi masalah dan tidak sesuai dengan rukun dan syarat jual beli.

4. "Manajemen Pembiayaan Hunian Syariah Pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin" Oleh Zulkifli NIM 0901160184 Jurusan Perbankan Syariah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pembiayaan hunian syariah dan tinjauan manajemen syariah pada

pembiayaan hunian syariah yang dijalankan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin.

Hasil dari penelitian ini adalah manajemen pembiayaan hunian syariah oleh Bank Muamalat Cabang Banjarmasin telah berjalan dengan baik dan maksimal sesuai dengan standar prosedur yang telah ditetapkan oleh bank, dalam tahap analisis pemberian pembiayaan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin hanya menggunakan prinsip 5 C (*Character, capacity, capital, collateral, condition of economic*). Manajemen pembiayaan hunian syariah yang dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Cabang Banjarmasin telah sesuai dengan prinsip dan asas pembiayaan dalam Islam.

5. “Analisis Deskripsi Strategi Pemasaran Perumahan di Kota Banjarmasin”
Oleh Akhmad Wardi NIM 0801158943 Jurusan Ekonomi Syariah.

Hasil dari penelitian ini adalah PT.Graha Mahatama 11 dari 12 strategi, PT. Permata Regency 6 dari 12 strategi, PT. Surya Perkasa 6 dari 12 strategi, PT. Pandan Arum 4 dari 12 strategi pemasaran . keunggulan 5 dari 6 pengembangan perumahan mampu menyelesaikan pembangunan sesuai dengan target dan kekurangannya adalah akses masuk menuju lokasi perumahan masih kurang nyaman. Dari tinjauan pemasaran syariah, bahwa prinsip essensial dalam bisnis adalah kejujuran. Hal ini sesuai dengan apa yang dilakukan oleh para pengembangan perumahan di banjarmasin, daftar harga gambar rumah pada brosur promosi dan

beberapa bonus yang ditawarkan memang benar-benar sesuai dengan fakta yang dijalankan.

G. Kerangka Penelitian

Bank Syariah sebagai lembaga *intermediary* dalam penyaluran dana dari yang kelebihan dana kepada yang membutuhkan dana merupakan suatu lembaga yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat dalam memenuhi segala kebutuhan mereka yang terkendala kekurangan dana baik kebutuhan produktif maupun konsumtif. Salah satu produknya adalah pembiayaan kredit perumahan rakyat.

Griya iB Hasanah adalah produk pembiayaan konsumtif yang diterapkan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang kekurangan dana namun ingin memiliki rumah. Pembiayaan Griya iB Hasanah adalah akad *ija'rah* (sewa) jual beli *muraabahah* antara bank syariah dan nasabah baik secara tunai maupun cicilan.

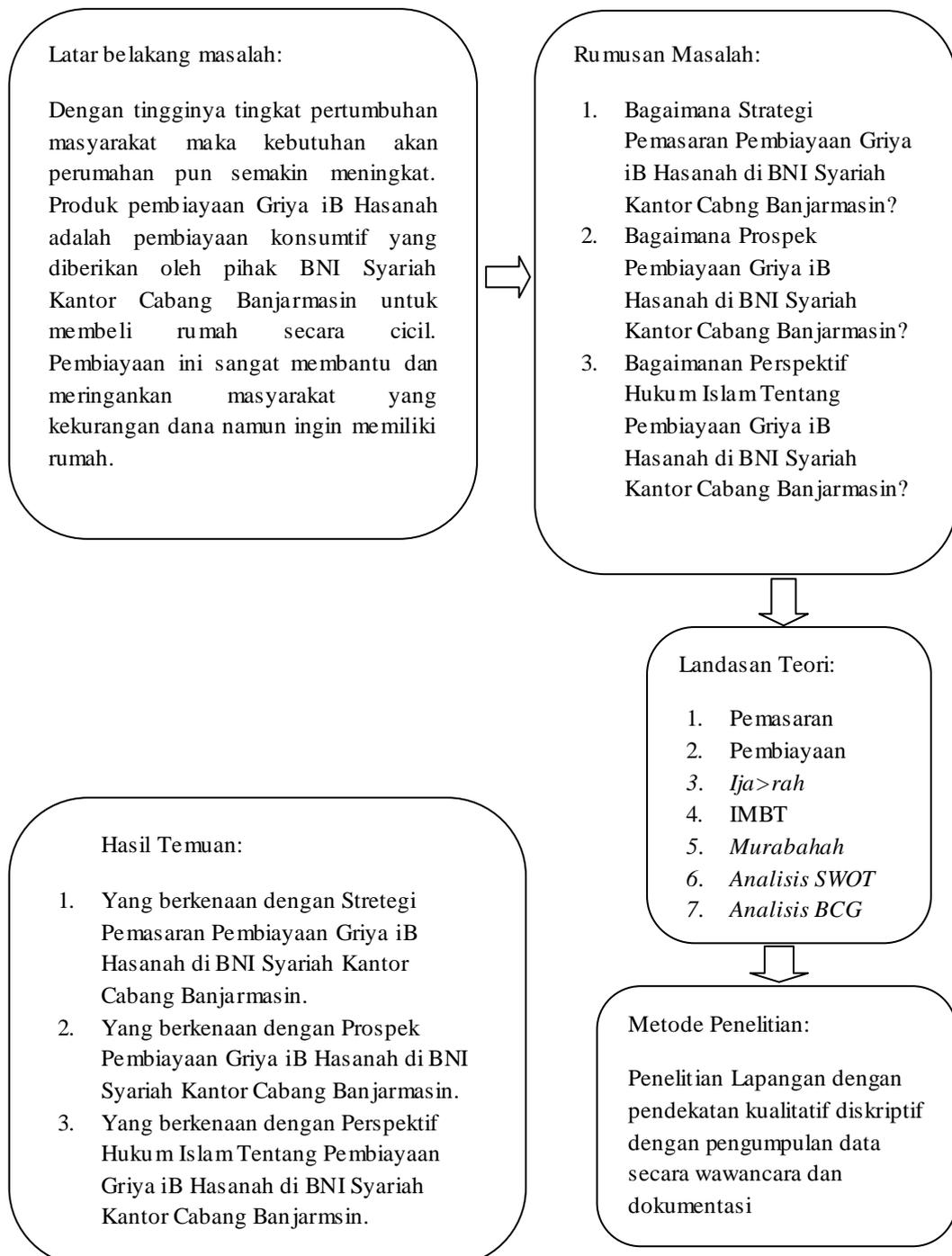
Untuk menjelaskan tentang pokok-pokok masalah dan jalinannya satu sama lain sebagai sebuah sketsa teoritis, maka penulis memvisualisasikannya dalam bentuk bagan sebagai berikut:

Gambar 1

Bagan Kerangka Pemikiran

Prospek Pembiayaan Griya iB Hasanah Di BNI Syariah Kantor Cabang

Banjarmasin





H. Sistematika Penulisan

Skripsi ini ditulis dan disusun dalam 5 (lima) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan merupakan bab yang menguraikan mengenai latar belakang masalah yang menguraikan alasan memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambar, dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil dari yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum dan luas. Kajian pustaka untuk menghindari kesalahpahaman dan untuk memperjelas permasalahan yang penulis angkat Kerangka pemikiran untuk mengetahui gambaran penelitian. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II Landasan teori pada bab ini dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkenaan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi media.

Bab III. Metode Penelitian untuk mempermudah dalam melakukan penelitian maka perlu dibuat jenis, sifat, dan lokasi penelitian agar tepat sasaran apa yang ingin dicapai maka perlu adanya subjek dan objek penelitian, data dan

sumber data juga diperlukan dalam penelitian ini agar hasil yang didapatkan menjadi jelas dan valid. Dalam pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi agar data terkumpul dengan akurat dan efektif, maka dibuatlah teknik pengumpulan data. Selanjutnya dalam penelitian ini ada tahapan-tahapan yang dilakukan.

Bab IV. Penyajian data dan analisis data bab ini berisi tentang hasil penelitian di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Selanjutnya membahas mengenai analisis data dan hasil analisis serta pembahasannya yang disesuaikan dengan metode penelitian, sehingga akan memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada serta jawaban-jawaban dari pernyataan yang telah disebutkan dalam rumusan masalah.

Bab V. Penutup pada bab ini berisikan simpulan dan saran-saran. Kesimpulan dari semua jawaban dari masalah yang diteliti dan saran-saran adalah segala sesuatu yang bersifat masukan bagi peneliti, objek penelitian, dan lain-lain.

BAB II

PEMASARAN DAN PEMBIAYAAN

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.¹¹ Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba.¹²

*Marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and service of values with others.*¹³

¹¹ Basu Swasta dan T. Hani Handoko, *Menejemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Liberty, 1987), h. 3

¹² *Ibid.*, h. 2

¹³ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2009), h. 257

Pemasaran adalah suatu proses sosial dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.¹⁴

Jadi, kesimpulan dari pengertian di atas, pemasaran adalah suatu kegiatan untuk menciptakan pertukaran produk atau jasa secara tetap dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah.

Konsep-konsep inti pemasaran adalah:

a. Kebutuhan (*Needs*)

Dalam konteks pemasaran, kebutuhan adalah sebuah kondisi di mana kita merasakan kekurangan atas satu barang tertentu, dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya.

b. Keinginan (*Want*)

Masih mengacu pada Philip Kotler, keinginan adalah kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu.

c. Permintaan

Dalam konteks ilmu pemasaran, pemasaran adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli.¹⁵

d. Produk

¹⁴ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan , (Jakarta: Indeks, 2005), Edisi, 11, Jilid I, h. 10

¹⁵ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi & Rasakan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 7-8

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan.

e. Nilai

Nilai bagi pelanggan merupakan perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut.

f. Kepuasan

Kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap pembeli. Bila prestasi produk jauh lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Bila prestasi sesuai dengan harapan, pembelinya merasa puas. Bila prestasi melebihi harapan, pembelinya merasa amat gembira.

g. Pertukaran

Pertukaran adalah tindakan memperoleh obyek yang didambakan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai penggantinya.

h. Transaksi

Perdagangan antara dua pihak, yang paling sedikit melibatkan dua macam nilai, persetujuan mengenai kondisi, persetujuan mengenai waktu, dan persetujuan mengenai tempat.

i. Hubungan

Hubungan pemasaran merupakan proses menciptakan, memelihara dan meningkatkan hubungan erat yang semakin lama semakin bernilai dengan pelanggan dan pihak yang berkepentingan.

j. Pasar

Pasar adalah perangkat pembeli yang aktual dan potensial dari setiap produk. Para pembeli ini mempunyai kebutuhan atau keinginan yang sama yang dapat dipuaskan lewat pertukaran.

Konsep pasar pada akhirnya membawa kita melingkari penuh konsep pemasaran. Pemasaran berarti menata-olah (*managing*) pasar untuk menghasilkan pertukaran dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Jadi, kita kembali pada definisi pemasaran sebagai suatu proses tempat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan orang lain.¹⁶

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Di samping itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan

¹⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), h. 7-12

terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.¹⁷

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah Strategi Acuan/Bauran Pemasaran, yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya.¹⁸ Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. McCarthy mengklasifikasikan alat-alat itu menjadi empat kelompok yang luas yang disebut 4P pemasaran.¹⁹

Keempat unsur atau variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) tersebut adalah:

a. Produk

Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, merk, pembungkus, garansi dan pelayanan purna jual. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisis kebutuhan dan keinginan pasarnya. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan-keputusan tentang harga, distribusi dan promosi dapat diambil.

b. Harga

¹⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 168

¹⁸ *Ibid.*, h. 198

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2005), h. 17

Dalam kebijakan harga, manajemen harus menentukan harga pokok dari produknya. Faktor-faktor atau masalah lain yang harus dipertimbangkan dalam penetapan harga ini adalah biaya termasuk potongan dan ongkos kirim, keuntungan, praktik saingan, perubahan keinginan pasar, *mark-up* dan *mark-down*.

c. Distribusi

Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi. Aspek tersebut adalah sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan dan pemilihan saluran distribusi.

d. Promosi

Promosi ini merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Termasuk dalam kegiatan promosi ini adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat.²⁰

Hasil penjualan dan laba yang diperoleh oleh perusahaan dari pemasaran suatu produk dapat berubah-ubah pada waktu yang berbeda-beda. Perkembangan hasil penjualan dan laba suatu produk yang dikaitkan dengan perkembangan waktu, dapat dianalisis dalam siklus usaha produk (*product life cycle*). Dengan mempelajari siklus usaha produk dapat diperkirakan permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran suatu produk, sehingga dapat dirumuskan rencana pemasaran produk tersebut secara lebih baik.

Siklus usaha produk (PLC) terdiri dari empat tahap, yaitu:

²⁰ Basu Swasta, *Manajemen Barang Dalam Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE, 1987), h. 7-8

a. Pengenalan (*introduction*)

Pada tahap ini produk baru saja diperkenalkan ke pasar, sehingga belum diperoleh laba yang berarti atau mungkin perusahaan masih rugi, karena masih diperlukan banyak pengeluaran atau biaya untuk promosi pengenalan.

b. Pertumbuhan (*growth*)

Pada tahap ini produk sudah mulai dikenal dan diterima oleh pasar dengan cepat, sehingga terdapat peningkatan kenaikan laba yang terus-menerus dan waktu ke waktu.

c. Pematangan (*maturity*)

Pada tahap ini mulai lambat perkembangannya, karena produk tersebut walaupun telah cukup dikenal dan diterima oleh hampir semua pembeli yang potensial, tetapi terdapat produk saingan yang memasuki pasar, sehingga puncak perolehan laba dilampaui. Dalam periode ini besarnya laba yang diperoleh cenderung menurun, karena biaya-biaya yang dikeluarkan bertambah untuk mempertahankan produk tersebut dipasar.

d. Penurunan (*decline*)

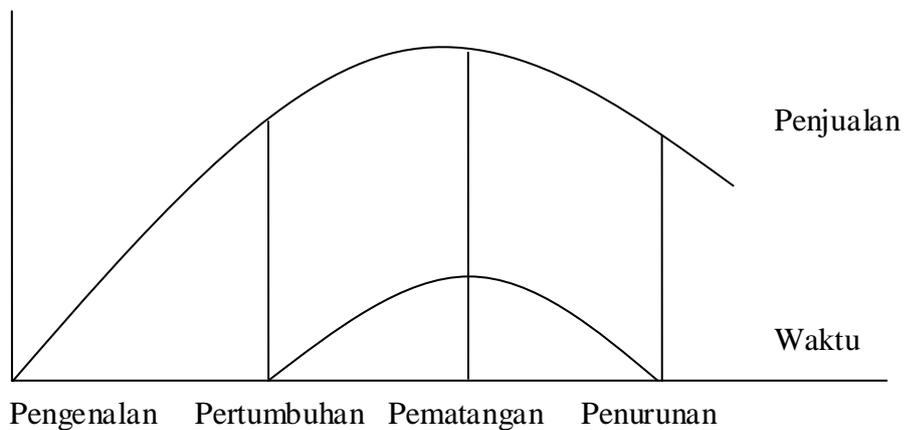
Pada tahap ini penjual terus menurun dan laba cenderung tidak diperoleh lagi, sehingga dihadapi kerugian.²¹

Dalam hal ini dapat dilihat pada gambar tentang siklus hidup produk, sebagai berikut:

²¹ Sofjan Assauri, *Op. Cit.*, h. 221-222

Gambar 2

Siklus Usaha Produk (PLC)



Sumber: Sofjan Assauri, 2004, h. 222.

3. Perencanaan Pemasaran

Kegiatan pemasaran yang dilakukan setiap perusahaan perlu dikoordinasikan dan diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan umumnya dan tujuan bidang pemasaran khususnya. Alat koordinasi dan pengarahan kegiatan pemasaran tersebut adalah rencana pemasaran. Rencana pemasaran merupakan perumusan usaha yang akan dilakukan dalam bidang pemasaran, dengan menggunakan sumber daya yang ada dalam suatu perusahaan, guna mencapai tujuan dan sasaran tertentu di bidang pemasaran pada waktu tertentu dimasa yang

akan datang.²² Rencana pemasaran merupakan salah satu hasil terpenting proses pemasaran.²³

Dalam suatu perusahaan terdapat beberapa macam perencanaan pemasaran, berupa:

a. Perencanaan Pasar Strategis (*Strategic Market Planning*).

Perencanaan pemasaran ini berkaitan dengan perencanaan usaha perusahaan (*business planning*), ke arah mana usaha perusahaan akan dikembangkan.

b. Perencanaan Strategis Pemasaran Perusahaan (*Corporate Marketing Planning*).

Perencanaan ini merupakan perencanaan jangka panjang yang bersifat menyeluruh dan strategis, yang merumuskan berbagai strategi dan program pokok di bidang pemasaran perusahaan, yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

c. Perencanaan Pemasaran Strategis (*Strategic Marketing Planning*).

Perencanaan ini berkaitan dengan usaha untuk memasarkan produk perusahaan. Perencanaan ini mencakup strategi pemasaran yang terpadu yang dimaksud dengan acuan pemasaran (*marketing mix*).

d. Perencanaan Pemasaran Operasional (*Operasional Marketing Planning*).

²² *Ibid.*, h. 298

²³ Philip kotler, *Op. Cit.*, h. 127

Perencanaan ini merupakan perencanaan kegiatan pelaksanaan di bidang pemasaran yang rinci atas daerah/wilayah niaga, produksi dan waktu yang lebih pendek.²⁴

4. Konsep Pemasaran Syariah

Konsep pemasaran syariah sendiri sebenarnya tidak berbeda jauh dari konsep pemasaran yang kita kenal. Konsep pemasaran adalah sebuah ilmu dan seni yang mengarah pada proses penciptaan, penyampaian dan pengkomunikasian *values* kepada para konsumen serta menjaga hubungan dengan para *stakeholdersnya*.²⁵

Pemasaran syariah sendiri menurut definisi adalah penerapan suatu disiplin strategi bisnis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW.²⁶

Dalam pemasaran syariah, seorang pemasar harus merasakan bahwa dalam setiap aktivitas pemasarannya ia selalu diawasi oleh Allah SWT sehingga ia pun akan sangat berhati-hati dalam memasarkan produk yang dijualnya. Seorang pemasar syariah tidak akan memberikan janji yang kosong belaka yang bertujuan hanya untuk mencari nasabah, seorang pemasar syariah tidak akan mau memberikan sesuatu yang menyesatkan bagi nasabahnya sebab ia selalu merasa bahwa Allah SWT selalu mengawasi dan akan meminta pertanggung jawaban.

²⁴ Sofjan Assauri, *Op. Cit.*, h. 300-302

²⁵ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: alfabeta, 2010), h. 21

²⁶ *Ibid.*, h. 20

Firman Allah SWT Al-Qur'an Surah Al-Hadid Ayat 4 yang berbunyi sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ اسْتَوَىٰ عَلَى الْعَرْشِ ۚ يَعْلَمُ مَا يَلْجُ فِي الْأَرْضِ وَمَا يَخْرُجُ مِنْهَا وَمَا يَنْزِلُ مِنَ السَّمَاءِ وَمَا يَعْرُجُ فِيهَا ۚ وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٤﴾

Artinya: “Dialah yang menciptakan langit dan bumi dalam enam masa: kemudian Dia bersemayam di atas ‘arsy. Dia mengetahui apa yang masuk ke dalam bumi dan apa yang keluar daripadanya dan apa yang turun dari langit dan apa yang naik kepada-Nya. dan Dia bersama kamu di mana saja kamu berada. dan Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Hadid [57] : 4)

Prinsip pemasaran syariah yaitu saling membantu dan bekerjasama untuk saling meringankan baik secara suka rela atau dengan adanya imbalan. Sebagaimana kita ketahui bahwa selain makhluk individu manusia juga sebagai makhluk sosial yang dalam kehidupannya itu akan selalu membutuhkan keberadaan orang lain.

Dalam pemasaran syariah pesaing bukanlah dianggap sebagai musuh, justru dalam pemasaran syariah menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan selalu memelihara hubungan baik dan kemitraan dengan pesaing. Pesaing dianggap sebagai mitra sejajar yang mampu memacu kreativitas dan inovasi perusahaan.

Ada empat karakteristik yang terdapat dalam pemasaran syariah, yaitu:

1. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang relegius. Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang

bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan.

Firman Allah SWT Al-Qur'an Surah Al-Zalzalah Ayat 7-8 yang berbunyi sebagai berikut :

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Artinya: “Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula”.(Q.S. Al-Zalzalah: 7-8)

2. Etis (*akhlaqiyyah*)

Keistimewaan yang lain dari syariah *marketer* adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun, karena hal ini bersifat universal.

3. Realistis (*al-waqi'yyah*)

Syariah *marketing* bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel dan luwes dalam tafsir hukum dan implementasinya terhadap pemasaran konvensional.

4. Humanistis (*insaniyah*)

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah.

Ada beberapa nilai-nilai pemasaran syariah yang mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah SAW, yaitu:

1. *Shiddiq*

Artinya memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam.

2. *Fathanah*

Berarti mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban.

Firman Allah SWT Al-Qur'an Surah Al-Mu'minun Ayat 8 yang berbunyi sebagai berikut:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْنَتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Artinya: “ Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya”. (Q.S. Al-Mu'minun: 8)

Beruntunglah orang yang dapat memelihara amanat diberikan kepadanya, baik amanat dari Allah maupun dari sesama manusia. Juga bisa menepati janji dengan usaha yang sempurna.

3. *Amanah*

Memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan prima dan ihsan (berupaya menghasilkan yang terbaik) dalam segala hal.

Firman Allah SWT Al-Qur'an Surah An-Nisaa Ayat 58 yang berbunyi sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا

بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat*”.(Q.S. An-Nisa: 58)

4. *Tabliq*

Artinya mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran islam dalam setiap gerak aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari.

5. *Istiqamah*

Artinya konsisten. Hal ini memberikan makna seorang pemasar syariah dalam praktik pemasarannya selalu *istiqamah* dalam penerapan aturan syariah.²⁷

5. Analisis SWOT

*The name S.W.O.T. is simply an abbreviation for the first letters of the words strength, weaknesses, opportunities, and threats.*²⁸

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang mungkin terjadi dalam mencapai suatu tujuan dari kegiatan proyek/kegiatan usaha atau institusi/lembaga dalam skala yang lebih luas. Untuk keperluan tersebut

²⁷ *Ibid.*, h. 28

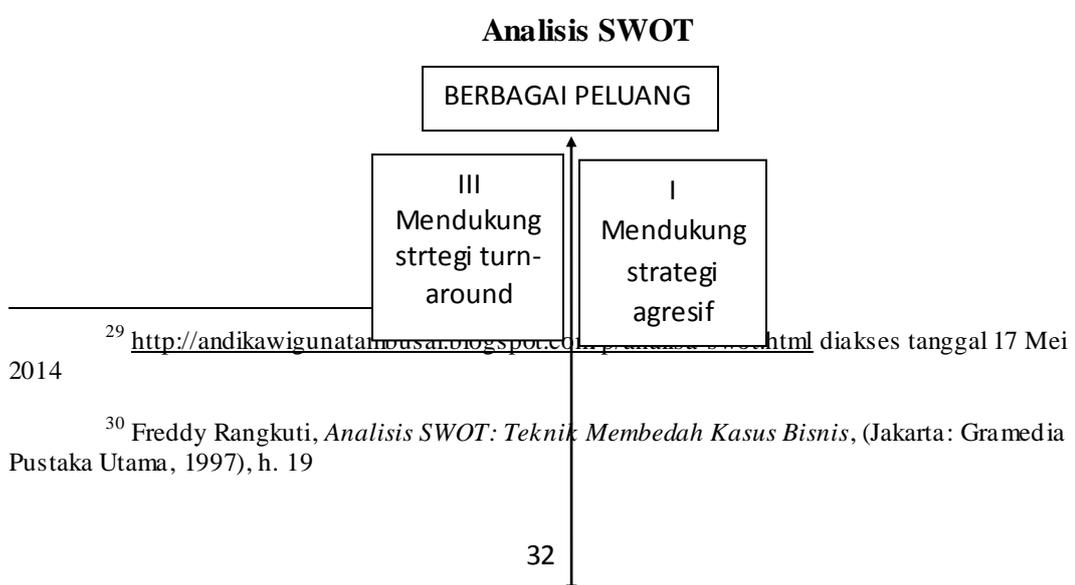
²⁸ William D. Perreault dan E. Jerome McCarty, *Basic Marketing: Global Manajerial Approach*, (New York: The McGraw-Hill Companies, Inc), Edisi 14, h. 66

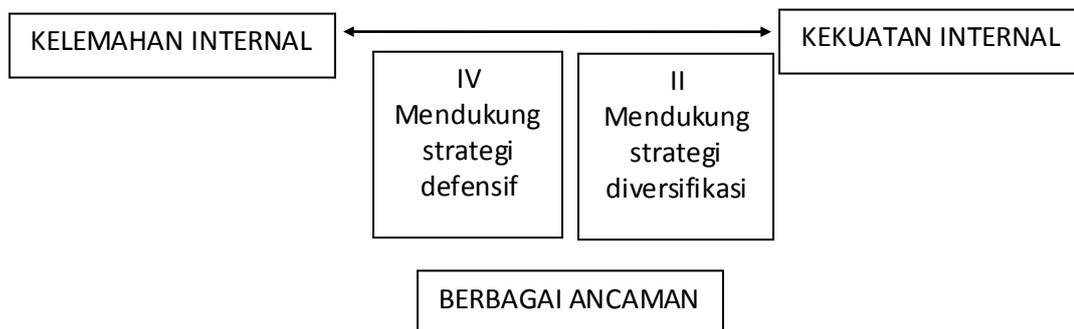
diperlukan kajian dari aspek lingkungan baik yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal yang mempengaruhi pola strategi institusi/lembaga dalam mencapai tujuan.

Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisis SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan.²⁹

Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*), serta dapat membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).³⁰

Gambar 3





Sumber: Freddy Rangkuti, 1997, h. 19.

Memperhatikan Gambar 3 di atas, maka posisi masing-masing dapat di jelaskan sebagai berikut:

Kuadran I : ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran II : meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran III ini mirip dengan Question Mark pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya,

Apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri *microcomputer*.

Kuadran IV : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.³¹

6. Analisis BCG (Boston Consulting Group)

Metode pendekatan yang paling banyak dipakai untuk analisis korporat adalah BCG *Growth/Share Matrix*, yang diciptakan pertama kali oleh Boston Consulting Group (BCG).

Tujuan Analisis BCG adalah sebagai berikut:

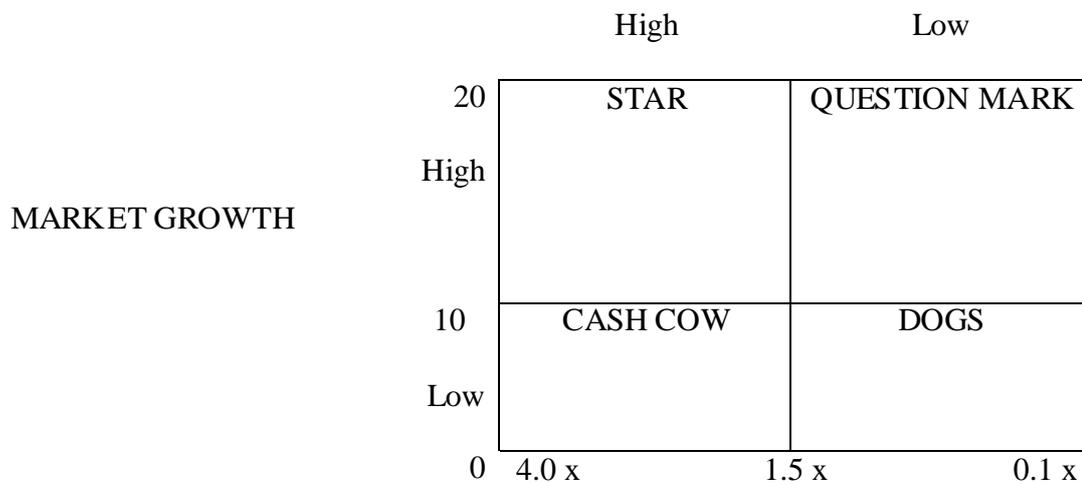
1. Mengembangkan strategi pangsa pasar untuk portofolio produk berdasarkan karakteristik *cash flow*-nya.
2. Mengembangkan portofolio produk perusahaan sehingga jelas kekuatan dan kelemahannya.
3. Memutuskan apakah perlu meneruskan investasi untuk produk yang tidak menguntungkan.
4. Mengalokasikan anggaran pemasaran produk guna memaksimalkan *cash flow* jangka panjang.
5. Mengukur kinerja manajemen berdasarkan kinerja produk di pasaran.

³¹ *Ibid.*, h. 20

Tabel 1

Diagram BCG

MARKET SHARE



Sumber: Freddy Rangkuti, 1997, h. 36.

Memperhatikan Gambar 1 di atas, maka posisi masing-masing dapat di jelaskan sebagai berikut:

- a. Pertumbuhan Tinggi/Posisi Pesaing Tinggi (*The Stars*)

Bisnis pada posisi ini menghadapi pertumbuhan pasar yang sangat cepat dengan pangsa pasar yang sangat besar. *Stars* merupakan kemungkinan jangka panjang terbaik (*growth and profitability*). Bisnis ini memerlukan investasi untuk memperkuat posisi dominannya di dalam pasar yang sedang tumbuh.

b. Pertumbuhan Rendah/Posisi Pesaing Tinggi (*Cash Cows*)

Pada posisi ini, pasar dalam kondisi telah dewasa, tingkat pertumbuhan relatif rendah. Hal ini disebabkan karena posisinya relatif kuat. Karena itu, perusahaan itu disarankan untuk mengadakan investasi pada *Stars/Question Mark*.

c. Pertumbuhan Rendah/Posisi Pesaing Rendah (*The Dogs*)

Perusahaan dalam kondisi ini menghadapi pangsa pasar yang sangat rendah, yang terjadi pada pertumbuhan yang lamban. *Cash flow* yang rendah dan sering negatif disebabkan oleh posisi kompetisi yang lemah. Jika perusahaan memerlukan investasi untuk mempertahankan pangsa pasar *Dogs*, mungkin lebih baik baginya untuk melaksanakan *divest* dan investasi direlokasikan untuk membiayai *Question Mark/Stars*.

d. Pertumbuhan Tinggi/Posisi Pesaing Rendah (*Question Mark*)

Perusahaan dalam kondisi ini menghadapi masalah pangsa pasar yang rendah dan terjadi justru dalam kondisi pertumbuhan yang tinggi. Kondisi ini seolah-olah memberi kesan bahwa *cash flow* lemah. Investasi sangat diperlukan dan diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar dan menciptakan kondisi ke arah *stars*, tetapi hal ini sangat berbahaya.

BCG Matrik merupakan model yang sangat baik untuk mengevaluasi strategi bisnis pada tingkat korporat. Tujuan utamanya adalah untuk mengetahui strategi korporat yang terbaik.³²

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Istilah pembiayaan pada intinya berarti *I Believe, I Trust*, ‘saya percaya’ atau ‘saya menaruh kepercayaan’. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*), berarti lembaga pembiayaan selaku *shahibul ma>l* menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melakukan amanah yang diberikan.³³

Selain yang dikemukakan diatas, berikut ini dapat pula dikemukakan beberapa pengertian lain tentang pembiayaan yang umum dikenal luas oleh masyarakat yaitu :

*Credit may be defined as the right to receive payment or the obligation to make payment on demand or at some future time on account of an immedediate transfer of goods.*³⁴

Kegiatan pembiayaan (*financing*) merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*.³⁵

³² Freddy Rangkuti, *Op. Cit.*, h. 36-39

³³ Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management: teori, konsep dan aplikasi panduan praktis untuk lembaga keuangan, nasabah, praktisi, dan mahasiswa*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 3

³⁴ *Ibid.*,

³⁵ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank syariah*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006), h. 200

Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.³⁶ Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas, dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak,³⁷

Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT Al-Qur'an Surah An-Nisa Ayat 29, Sebagai berikut :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa [4] : 29)

Pengertian prinsip syariah secara tegas di tentukan dalam Pasal 2 angka UU No. 21 Tahun 2008, disebutkan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah,³⁸ demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian.³⁹

³⁶ Zainuddin Ali, *Hukum perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 5

³⁷ Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Loc.Cit.*

³⁸ Pengertian prinsip syariah adalah kegiatan usaha yang berasaskan Prinsip Syariah, antara lain, adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur: riba yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (batil) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhl*), atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima

Ada tiga skim dalam melakukan akad pada bank syariah, yaitu :

- a. Bagi hasil (*profit sharing*)
 - 1) *Musya>rakah*
 - 2) *Mud}ha>rabah (Trust Financing, Trust Investment)*
- b. Jual beli (*Sale and Purchase*)
 - 1) *Bai' al-Mura>bah}ah*
 - 2) *Al-Bai' Salam*
 - 3) *Bai' Al-Istis`na'*
- c. Sewa-Menyewa
 - 1) *Al-Ija>rah (Operational Lease)*
 - 2) *Al-Ija>rah Al-Muntahiya bit Tamli>k (Financial Lease With Purchase Option)*

2. Pembiayaan *Ija>rah*

Ija>rah berasal dari kata *al-ajru* artinya ganti, upah atau menjual manfaat. Zuhaily mengatakan, transaksi sewa ijarah identik dengan jual beli, tetapi dalam ijarah pemilikan dibatasi dengan waktu.⁴⁰

Landasan hukum pembiayaan *ija>rah* dalam Al-Qur'an Surah Al-Kahfi Ayat 77, sebagai berikut:

melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (*nasi'ah*), *maisir* yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan, *gharar* yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah, haram yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah, atau zalim yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya.

³⁹ <http://www.scribd.com/doc/7537777/UU-No-21-Tahun-2008-tentang-Perbankan-Syariah> di aksesd tanggal 21-07-2014

⁴⁰ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2012), h. 85

فَانْطَلَقَا حَتَّىٰ إِذَا أَتَيَا أَهْلَ قَرْيَةٍ اسْتَطَعَمَا أَهْلَهَا فَأَبَوْا أَنْ يُضَيِّفُوهُمَا فَوَجَدَا فِيهَا

جِدَارًا يُرِيدُ أَنْ يَنْقِضَ فَاقَامَهُ^ط قَالَ لَوْ شِئْتَ لَتَّخَذْتَ عَلَيْهِ أَجْرًا ﴿٧٧﴾

Artinya: “Maka keduanya berjalan; hingga tatkala keduanya sampai kepada penduduk suatu negeri, mereka minta dijamu kepada penduduk negeri itu, tetapi penduduk negeri itu tidak mau menjamu mereka, kemudian keduanya mendapatkan dalam negeri itu dinding rumah yang hampir roboh, Maka Khidhr menegakkan dinding itu. Musa berkata: "Jikalau kamu mau, niscaya kamu mengambil upah untuk itu". (QS. AL-Kahfi [18] : 77)

Ija>rah dapat dipakai sebagai bentuk pembiayaan, pada mulanya bukan merupakan bentuk pembiayaan, tetapi merupakan aktivitas usaha seperti jual beli. Individu yang membutuhkan pembiayaan untuk membeli aset dapat mendatangi pemilik dana (dalam hal ini bank) untuk membiayai pembelian aset produktif. Pemilik dana kemudian membeli barang dimaksud dan kemudian menyewakannya kepada yang membutuhkan aset tersebut.

Rukun dari akad *ija>rah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu :

- a. Pelaku akad, yaitu *musta'jir* (penyewa) adalah pihak yang menyewa aset, dan *mu'jir/muajir* (pemilik) adalah pihak pemilik yang menyewakan aset.
- b. Objek akad, yaitu *ma'jur* (aset yang disewakan), dan *ujrah* (harga sewa).
- c. *Shigah*, yaitu *ijab kabul*.

Dua hal yang harus diperhatikan dalam penggunaan *ija>rah* sebagai bentuk pembiayaan. Pertama, beberapa syarat harus dipenuhi agar hukum-hukum Syariah terpenuhi, dan yang pokok adalah:

- a. Jasa atau manfaat yang akan diberikan oleh aset yang disewakan tersebut harus tertentu dan diketahui dengan jelas oleh kedua belah pihak.
- b. Kepemilikan aset tetap pada yang menyewakan yang bertanggung jawab atas pemeliharannya sehingga aset tersebut terus dapat memberikan manfaat kepada penyewa.
- c. Akad *ijarah* dihentikan pada saat aset yang bersangkutan berhenti memberikan manfaat kepada penyewa. Jika aset tersebut rusak dalam periode kontrak, akad *ijarah* masih tetap berlaku.
- d. Aset tidak boleh dijual kepada penyewa dengan harga yang ditetapkan sebelumnya pada saat kontrak berakhir. Apabila aset akan dijual, harganya akan ditentukan pada saat kontrak berakhir.

Syarat-syarat di atas menyiratkan bahwa pemilik dana atau pemilik aset tidak memperoleh keuntungan tertentu yang ditetapkan sebelumnya. Tingkat keuntungan (*rate of return*) baru dapat diketahui setelahnya.

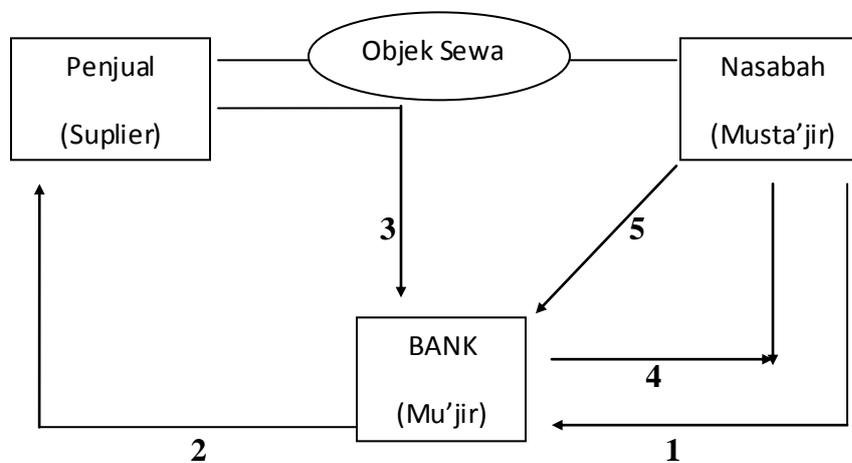
Kedua, sewa aset tidak dapat dipakai sebagai patokan tingkat keuntungan dengan alasan:

- a. Pemilik aset tidak mengetahui dengan pasti umur aset yang bersangkutan. Aset hanya akan memberikan pendapatan pada masa produktifnya. Selain itu, harga aset tidak diketahui apabila akan dijual pada saat aset tersebut masih produktif.
- b. Pemilik aset tidak tahu pasti sampai kapan aset tersebut dapat terus disewakan selama masa produktifnya. Pada saat sewa pertama

berakhir, pemilik belum tentu langsung mendapatkan penyewa berikutnya. Apabila sewa diperbaharui, harga sewa mungkin berubah mengingat kondisi produktivitas aset yang mungkin telah berkurang.⁴¹

Gambar 4

Skema Pembiayaan *Ija'rah*



Sumber: Ascarya, 2008, h. 102.

Keterangan:

1. Pada tahap pertama nasabah memesan objek sewa kepada bank.
2. Bank membeli objek sewa kepada penjual (*Suplier*)
3. Pihak penjual (*Suplier*) menyerahkan hak milik kepada bank.
4. Bank melakukan akad *Ija'rah* dengan nasabah.
5. Nasabah membayar sewa kepada bank..

3. *Ija'rah Muntahiya Bittamli>k* (IMBT)

⁴¹ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 102

Ija>rah Muntahiya Bittamli>k (IMBT) adalah perpaduan antara transaksi jual beli dan sewa-menyewa yaitu kontrak jual beli dengan transaksi sewa atau transaksi sewa yang diakhiri dengan pemilikan barang di tangan penyewa. Berdasarkan definisi *ija>rah muntahiya bittamli>k* berbeda dengan transaksi sewa biasa, dengan keterangan sebagai berikut.

- d. Kontrak perpaduan antara transaksi jual beli dan sewa-menyewa terdiri atas dua transaksi akad, yaitu akad sewa sampai batas waktu tertentu dan akad pemindahan pemilikan objek sewa yang diakhiri masa perjanjian yang independen, baik dengan akad jual beli maupun hibah. Dalam konteks ini, di akhir masa sewa, pemilik barang berjanji akan menjual barang tersebut kepada penyewa atau dengan akad hibah.
- e. Biaya sewa dibayar penyewa, yang biasanya lebih besar dari sewa biasa. Harga sewa tersebut mencerminkan harga pokok pembelian dan besaran margin yang diinginkan. Ketika biaya sewa lunas dibayarkan di akhir masa sewa, pemilikan barang akan bergeser kepada penyewa dengan akad yang independen, baik dengan akad jual beli maupun hibah.⁴²

Landasan Hukum *Ija>rah Muntahiya bittambi>k* dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 233, sebagai berikut:

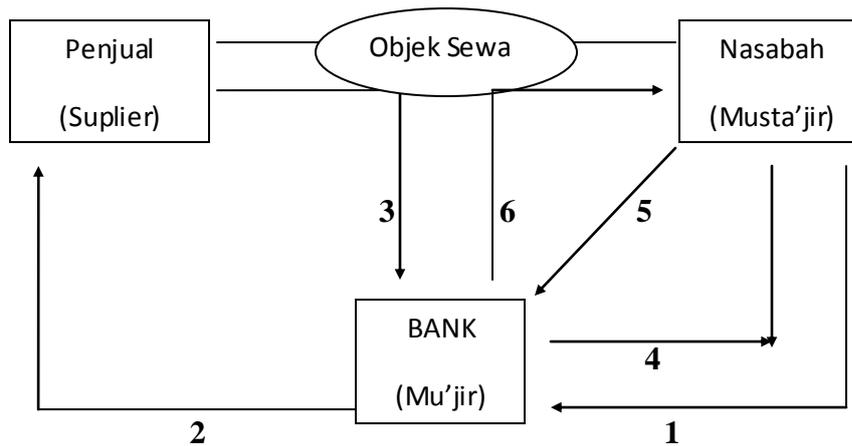
⁴² Ismail Nawawi, *Op. Cit.*, h. 187-188

وَأِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَزِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٢٣٣﴾

Artinya: “.....dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, Maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan.”(QS Al-Baqarah [2] : 233).

Gambar 5

Bagan Proses Pembiayaan Ija'rah Muntahiyah Bittamlik



Sumber: Ascarya, 2008, h. 104.

Keterangan:

6. Pada tahap pertama nasabah memesan objek sewa kepada bank.
7. Bank membeli objek sewa kepada penjual (Supplier)
8. Pihak penjual (Supplier) menyerahkan hak milik kepada bank.
9. Bank melakukan akad IMBT dengan nasabah.
10. Nasabah membayar sewa kepada bank..
11. Berpindahnya hak kepemilikan di akhir sewa.

4. Pembiayaan *Mura>bah*

Secara Bahasa, *mura>bah* berasal dari kata *rih* yang bermakna tumbuh dan berkembang dalam perniagaan.⁴³

Abdurrahman Al-Jaziri dalam Kitab *Fiqh 'ala> Maz\|a>hibul Arba 'ah* memberikan pengertian jual beli *mura>bah* adalah sebagai berikut:

المربحة في اللغة مصدر من الربح هي الزيادة⁴⁴

Artinya: *Mura>bah* menurut bahasa diambil dari kata keuntungan yang berarti tambah.

Sayid Sabiq dalam kitabnya *Fiqh Sunnah*, memberikan pengertian tentang *mura>bah* adalah sebagai berikut:

المرابحة هي البيع بالثمن الذي إشتريت به السلعة مع ربح مغموم⁴⁵

Artinya: *Mura>bah* adalah menjual barang dengan harga pembelian barang ditambah dengan keuntungan yang diketahui.⁴⁶

Wahbah Al-Zuhaily dalam kitabnya *Al-Fiqh Al Islami> Wa Adillatuhu*, memberikan pengertian jual beli *mura>bah*, sebagai berikut:

بيع المربحة هو البيع بمثل الثمن الاول مع زيادة ربح⁴⁷

⁴³ Ismail Nawawi, *Op. Cit.*, h. 91

⁴⁴ Abdurrahman Al-Jaziri, *Kita>bul Fiqh 'Ala> Maz\|a>hibul Arba 'ah*, (Beiru>t: Da>rul-Fikr 2004), Juz II. h. 225

⁴⁵ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, (Beiru>t: Da>rul-Fikr, 1983), Juz III. h. 149

⁴⁶ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, penerjemah Abdurrahim & Masrukhin, (Jakarta: Cakrawala Publishing, 2009), Jilid 5, h. 190

⁴⁷ Wahbah Al-Zuhaily, *Al-Fiqh Al Islami> Wa Adillatuhu*, (Beiru>t: Da>rul Fikr, 2006), Juz V. h. 3765

Artinya: Menjual barang sesuai dengan harga pembelian, dengan menambahkan keuntungan tertentu.⁴⁸

Dalam istilah Syariah, adalah transaksi jual beli di mana pihak bank menyebutkan jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasuk ditambah keuntungan (*margin*).⁴⁹

Jual beli *mura>bah}ah* menurut Ibnu Rusyd adalah jika penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba dalam jumlah tertentu, dinar atau dirham.⁵⁰ Tingkat keuntungan ini bisa dalam bentuk *lumpsum* atau persentase tertentu dari biaya perolehan. Pembayaran bisa dilakukan secara *spot* (tunai) atau bisa dilakukan di kemudian hari yang disepakati bersama. Oleh karena itu, *mura>bah}ah* tidak dengan sendirinya mengandung konsep pembayaran tertunda (*deferred payment*), seperti yang secara umum dipahami oleh sebagian orang yang mengetahui *mura>bah}ah* hanya dalam hubungannya dengan transaksi pembiayaan di perbankan syariah, tetapi tidak memahami Fikih Islam.⁵¹

Mura>bah}ah berbeda dengan dengan jual beli biasa (*musawamah*). Dalam jual beli *musawamah* terdapat proses tawar-menawar (*bargaining*) antara penjual dan pembeli untuk menentukan harga jual, penjual juga tidak

⁴⁸ Wahbah Al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*, Penerjemah Abdul Hayyie al-Kattani, (Jakarta: Gema Insani, 2011), Jilid 5, h. 357

⁴⁹ Adiwarmam Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 98

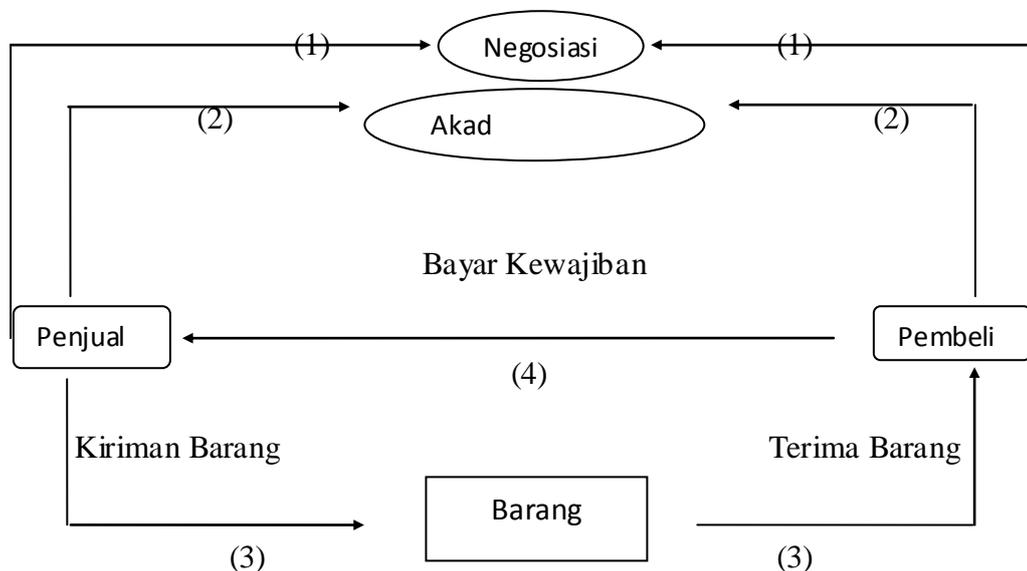
⁵⁰ Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid, Analisa fikih Para Mujtahid*, Penerjemah Imam Ghazali Said & Achmad Zaidun (Jakarta: Pustaka Amani, 2007), Jilid, III, h. 45

⁵¹ Ascarya, *Op. Cit.*, h. 81-82

menyebutkan harga beli dan keuntungan yang diinginkan. Berbeda dengan *mura>bah}ah*, harga beli dan margin yang diinginkan harus dijelaskan kepada pembeli. Hal ini dapat dilihat pada gambar, sebagai berikut:

Gambar 6

Skema *Mura>bah}ah*



Sumber: Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, 2008, h. 147.

Keterangan:

1. Pada tahap awal penjual dan pembeli melakukan negosiasi.
2. Setelah terjadi kesepakatan maka barulah dilakukan akad *mura>bah}ah* dengan menegaskan harga beli serta margin yang didapatkan.
3. Setelah itu barulah barang dikirim oleh penjual kepada pembeli atau berpindahnya hak milik.

4. pembeli membayar kewajiban kepada penjual baik secara tunai maupun kredit.

Jual beli dengan sistem *mura>bahah* merupakan akad jual beli yang diperbolehkan, landasan hukum *mura>bahah* berlandaskan pada dalil-dalil yang terdapat dalam Al-Qur'an, hadis ataupun ijma ulama.⁵²

a. Al-Qur'an

Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 275, sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.(Al-Baqarah [2]:275)

Allah SWT Berfirman Al-Qur'an surah An-Nisa Ayat 29, sebagai berikut:

⁵² Ismail Nawawi, *Loc. Cit.*

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An-Nisa [4]:29)

Allah SWT Berfirman Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 198, sebagai berikut:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ﴿١٩٨﴾

Artinya: tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. (Al-Baqarah [2]:198).

Dalam ayat diatas, Allah mempertegas legalitas dan keabsahan jual beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep ribawi. Berdasarkan ketentuan ini, jual beli *mura>bah}ah* mendapat pengakuan dan legalitas dari syariah, dan sah untuk dioperasikan dalam praktik pembiayaan bank syariah karena ia merupakan salah satu bentuk jual beli dan tidak mengandung unsur ribawi.⁵³

b. Al-Hadits

Hadits Nabi SAW:

عَنْ صَالِحِ بْنِ صُهَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبُرْكَهُ الْبَيْعُ إِلَى آجَلٍ وَالْمُقَارَضَةُ وَأَخْلَاطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه)

⁵³ *Ibid.*, h. 92

Artinya: *Dari Shalih bin Shuaib dari ayahnya, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: “tiga hal yang didalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.”* (HR Ibnu Majah)

Hadits Nabi SAW:

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشَقِيُّ. حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ. حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدَنِيِّ، عَنْ أَبِيهِ قَالَ : سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه ابن ماجه)

Artinya: *“Menyampaikan hadis kepada kami oleh Abbas ibn al-Walid Dimisyqi. Menyampaikan hadis kepada kami oleh Marwan ibn Muhammad. Menyampaikan hadis kepada kami oleh Abdul Aziz ibn Muhammad dari Daud inb Shaleh al-Madiny dari bapaknya dia berkata: Aku mendengar Abu Sa’id Al-Khudri berkata: Telah bersabda Rasulullah SAW. “Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka”.* (HR. Ibnu Majah)

Hadits di atas memberikan persyaratan bahwa akad jual beli *mura>bah}ah* harus dilakukan dengan adanya kerelaan masing-masing pihak ketika melakukan transaksi. Segala ketentuan yang terdapat dalam jual beli *mura>bah}ah*, seperti penentuan harga jual, margin yang diinginkan, mekanisme pembayaran, dan lainnya, harus terdapat persetujuan dan kerelaan antara pihak nasabah dan bank, tidak bisa ditentukan secara sepihak.⁵⁴

c. Ijma’

⁵⁴ Ismail Nawawi, *Loc. Cit.*

atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.

5. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian 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 *mura>bah}ah* harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.

Rukun dari akad *mura>bah}ah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

- a. Pelaku akad, yaitu *ba'i* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- b. Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga).
- c. *Shigah*, yaitu *ijab dan qabul*.⁵⁵

Beberapa syarat pokok *mura>bahjah* menurut Usmani (1999), antara lain sebagai berikut:

- a. *Mura>bahjah* merupakan salah satu bentuk jual beli ketika penjual secara eksplisit menyatakan biaya perolehan barang yang akan dijualnya dan menjual kepada orang lain dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan.
- b. Tingkat keuntungan dalam *mura>bahjah* dapat ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama dalam bentuk *lumpsum* atau persentase tertentu dari biaya.
- c. Semua biaya yang dikeluarkan penjual dalam rangka memperoleh barang, seperti biaya pengiriman, pajak, dan sebagainya dimasukkan kedalam biaya perolehan untuk menentukan harga agregat dan margin keuntungan didasarkan pada harga agregat ini. Akan tetapi, pengeluaran yang timbul karena usaha, seperti gaji pegawai, sewa tempat usaha, dan sebagainya tidak dapat dimasukkan ke dalam harga untuk suatu transaksi. Margin keuntungan yang diminta itulah yang meng-*cover* pengeluaran-pengeluaran tersebut.

⁵⁵ Ascarya, *Loc. Cit.*

- d. *Mura>bahjah* dikatakan sah hanya ketika biaya-biaya perolehan barang dapat ditentukan secara pasti. Jika biaya-biaya tidak dapat dipastikan, barang/komoditas tersebut tidak dapat dijual dengan prinsip *mura>bahjah*.⁵⁶

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Sifat, dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan turun langsung ke lapangan untuk menginventarisir, menggali, dan mengeksplorasi terhadap pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang syariah Banjarmasin. Adapun tipe kajian penelitian ini bersifat deskriptif yang meneliti suatu objek peristiwa pada masa sekarang tentang prospek pembiayaan Griya iB Hasanah, dengan menggambarkan atau memaparkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.⁵⁷ Sedangkan untuk lokasi penelitian ini terfokus hanya pada BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin Jalan A. Yani Km. 4 No. 385 Banjarmasin. Karena BNI adalah salah Bank pertama yang dimiliki oleh negara Indonesia dan untuk akses ke BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin lebih mudah dari Bank

⁵⁶ *Ibid.*, h. 83-84

⁵⁷ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2003), cet. 4, h. 7.

Syariah lainnya dan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah tempat praktik penulis.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Staf bagian pemasaran BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah strategi pemasaran, prospek dan perspektif hukum Islam tentang pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.⁵⁸ Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah

- a. Gambaran umum lokasi penelitian, yaitu BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
- b. Strategi pemasaran pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
- c. Prospek pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

⁵⁸ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 97

- d. Perspektif Hukum Islam tentang pembiayaan Griya ib Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.⁵⁹ Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan peneliti, dalam penelitian primer berupa *interview* (wawancara) terhadap Staf bagian pemasaran BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

b. Data sekunder

Data sekunder sering juga disebut dengan penelitian meja (*desk study*).⁶⁰ Data sekunder dalam penelitian adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa buku cacatan atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip dalam bentuk dokumen.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Wawancara, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) sebagai pengaju/pemberi pertanyaan dan yang di wawancarai (*interview*) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan itu.⁶¹ yaitu penulis

⁵⁹ *Ibid.*, h.103

⁶⁰ Hendri Tanjung dan abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), h. 94

⁶¹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 127

melakukan percakapan/dialog langsung dengan responden yang dapat memberikan informasi mengenai masalah-masalah yang diteliti, sehingga diperoleh data yang diperlukan.

2. Dokumentasi, metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode ini hanya mengambil data yang sudah ada.⁶² yaitu penulis mencari data yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, seperti gambaran umum tentang Bank BNI Syariah, tujuan berdirinya, struktur organisasi perusahaan, sistem dan teknis operasionalnya. Dapat pula dikatakan teknik pengumpulan data yang bersumber dari non insan, seperti surat-surat, buku-buku pedoman, laporan resmi, catatan harian, dan laporan hasil rapat Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

E. Tahap Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Setelah semua data terkumpul, maka dilakukan pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

- a. *Editing*, yaitu dengan mempelajari dan meneliti kembali data-data yang terkumpul sehingga dapat diketahui kelengkapan dan kekurangannya.

⁶² *Ibid.*, h. 158

- b. *Kategorisasi*, yaitu dengan melakukan penyusunan secara sistematis terhadap data-data yang diperoleh berdasarkan permasalahannya sehingga tersusun secara sistematis.
- c. *Interprestasi*, yaitu upaya memahami dan menafsirkan kembali terhadap data yang telah dikumpulkan dalam rangka memperoleh kandungan makna data yang jelas disajikan.

2. Analisis Data

Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dan telah diolah dibahas dengan metode kualitatif, yakni suatu pembahasan yang dilakukan dengan cara menafsirkan dan mendiskusikan data-data yang telah diperoleh dan diolah berdasarkan landasan teoritis sehingga didapatkan kesimpulan berkenaan dengan permasalahan yang diteliti.⁶³

F. Tahapan Penelitian

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, penulis menggunakan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tahapan Persiapan

Pada tahap persiapan ini penulis terlebih dahulu mempelajari permasalahan yang akan diteliti, untuk selanjutnya dituangkan dalam bentuk proposal yang kemudian akan dikonsultasikan dengan dosen penasehat dan setelah disetujui kemudian diseminarkan.

2. Tahap Pengumpulan Data

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 11

Pada tahap ini penulis langsung ke lokasi penelitian untuk mencari data yang diperlukan, berupa wawancara langsung kepada para responden. Selain itu peneliti juga akan mencari informasi dari buku, majalah, selebaran, catatan harian bank, artikel, dan lain-lain.

3. Tahap Pengolahan dan Analisis Data

Pada tahap ini semua data yang di dapat dikumpulkan kemudian diolah sesuai dengan teknik pengolahan data dan dianalisis secara objektif.

4. Tahap Penyusunan Laporan

Pada tahap ini penulis menyusun keseluruhan dari hasil penelitian sesuai dengan sistematika penulisan dan kemudian siap di munaqasyahkan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Sejak berdiri pada tahun 1946, Bank Negara Indonesia (BNI), merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Bank Negara Indonesia mulai mengedarkan alat pembayaran resmi pertama yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia, yakni ORI atau Oeang Republik Indonesia, pada malam menjelang tanggal 30 Oktober 1946, hanya beberapa bulan sejak pembentukannya. Hingga kini, tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Keuangan Nasional, sementara hari pendiriannya yang jatuh pada tanggal 15 Juli ditetapkan sebagai Hari Bank Nasional.

Menyusul penunjukan *De Javasche Bank* yang merupakan warisan dari pemerintah Belanda sebagai Bank Sentral pada tahun 1949, pemerintah

membatasi peranan Bank Negara Indonesia sebagai Bank Sirkulasi atau Bank Sentral. Bank Negara Indonesia lalu ditetapkan sebagai Bank Pembangunan, dan kemudian diberikan hak untuk bertindak sebagai Bank Devisa, dengan akses langsung untuk transaksi luar negeri. Sehubungan dengan penambahan modal pada tahun 1955, status Bank Negara Indonesia diubah menjadi bank komersial milik pemerintah. Perubahan ini melandasi pelayanan yang lebih baik dan luas bagi sektor usaha nasional.

Sejalan dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian dari identitas perusahaan, nama Bank Negara Indonesia 1946 resmi digunakan mulai akhir tahun 1968. Perubahan ini menjadikan Bank Negara Indonesia lebih dikenal sebagai “BNI 46”. Kemudian karena ingin menggunakan nama panggilan yang lebih mudah diingat maka dirubah menjadi “Bank BNI” bersamaan dengan perubahan identitas perusahaan tahun 1988. Tahun 1992, status hukum dan nama BNI berubah menjadi PT Bank Negara Indonesia (Persero), sementara keputusan untuk menjadi perusahaan publik diwujudkan melalui penawaran saham perdana di pasar modal pada tahun 1996 dan PT Bank Negara Indonesia (Persero), kini berubah menjadi PT Bank Negara Indonesia, Tbk. Kemampuan BNI untuk beradaptasi terhadap perubahan dan kemajuan lingkungan, sosial budaya serta teknologi dicerminkan melalui penyempurnaan identitas perusahaan yang berkelanjutan dari masa ke masa. Hal ini juga menegaskan dedikasi dan komitmen BNI terhadap perbaikan kualitas kinerja secara terus-menerus.

Pada tahun 2004, identitas perusahaan yang diperbaharui mulai digunakan untuk menggambarkan prospek masa depan yang lebih baik, setelah

keberhasilan mengarungi masa-masa yang sulit. Sebutan 'Bank BNI' dipersingkat menjadi 'BNI', sedangkan tahun pendirian yaitu "46" digunakan dalam logo perusahaan untuk meneguhkan kebanggaan sebagai bank nasional pertama yang lahir pada era Negara Kesatuan Republik Indonesia. Berangkat dari semangat perjuangan yang berakar pada sejarahnya, BNI bertekad untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi negeri, serta senantiasa menjadi kebanggaan negara.

Dengan berlandaskan pada Undang-undang No. 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Di samping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channeling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan

diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

September 2013 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 64 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kator Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 16 Payment Point.⁶⁴

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan syariah. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin terletak dijalan Ahmad Yani KM. 4,5 No. 385 Banjarmasin. Bangunan BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yang terdiri dari tiga lantai, yaitu lantai dasar yang terdiri dari ruangan Consumer Sales, ruangan Prima nasabah, Mushola dan Toilet. Lantai dua yang terdiri dari ruang Branch Manager, ruangan SME Financing, Operasional Manager, ruangan Costumer Service dan Toilet. Lantai tiga terdiri dari ruangan Operasional, ruangan General Affair, ruangan Consumer Processing, Mushola, Dapur dan dua Toilet. Selain itu terdapat pula satu buah Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan satu buah pos penjaga keamanan yang terletak dihalaman depan kantor. Sekarang BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin memiliki dua cabang pembantu yaitu di Sungai Danau dan Batu Licin.⁶⁵

⁶⁴ <http://www.bnisyariah.co.id> diakses tanggal 15 maret 2014

⁶⁵ Dian, *Bagian Umum BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin*, Wawancara Pribadi, 05-05-2014

2. Visi dan Misi Bank BNI Syariah

a. Visi

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

Mewujudkan suatu visi, maka harus didukung dengan suatu misi. Misi merupakan sebuah pernyataan yang menegaskan visi, yang memaparkan secara garis besar, langkah-langkah yang diambil untuk mencapai visi dan sesuai visinya Bank BNI KCS Banjarmasin terus-menerus melakukan perbaikan dalam layanan dan kinerja dengan serangkaian *training* dan motivasi untuk meningkatkan mutu serta kualitas layanan yang akan diberikan kepada masyarakat.

b. Misi

- 1) *Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.*
- 2) *Member solusi kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.*
- 3) *Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.*
- 4) *Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.*
- 5) *Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.*⁶⁶

⁶⁶ <http://www.bnisyariah.co.id/visi-dan-misi> diakses tanggal 28-05-2014

Di dalam mencapai misinya, BNI KCS Banjarmasin selalu berupaya memberikan layanan yang baik bagi nasabah/*mudharib* mulai dari memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat, sampai memelihara (*maintaince*) hubungan baik dengan nasabah/*mudharib*.

3. Budaya Kerja Bank BNI Syariah

Budaya kerja adalah nilai-nilai (*values*) dan keyakinan (*beliefs*) yang menjadi pedoman dalam perilaku, yang dinilai penting bagi kelangsungan suatu organisasi. Organisasi yang unggul dan bertahan dalam jangka waktu yang lama terbukti merupakan organisasi yang memiliki budaya kerja yang memiliki budaya kerja yang kokoh serta menunjang visi organisasi

Budaya kerja Bank BNI Syariah adalah sebagai berikut:

a. Amanah

Menjalankan tugas dan kewajiban dengan penuh tanggung jawab untuk memperoleh hasil yang optimal, professional dalam menjalankan tugas, memegang teguh komitmen dan bertanggung jawab, jujur, adil dan dapat dipercaya, serta menjadi teladan yang baik bagi lingkungan.

b. Jama'ah

Bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban, bekerjasama secara rasional dan sistematis, saling mengingatkan dengan santun, bekerjasama dalam kepemimpinan yang efektif.⁶⁷

4. Struktur Organisasi dan *Job Description*

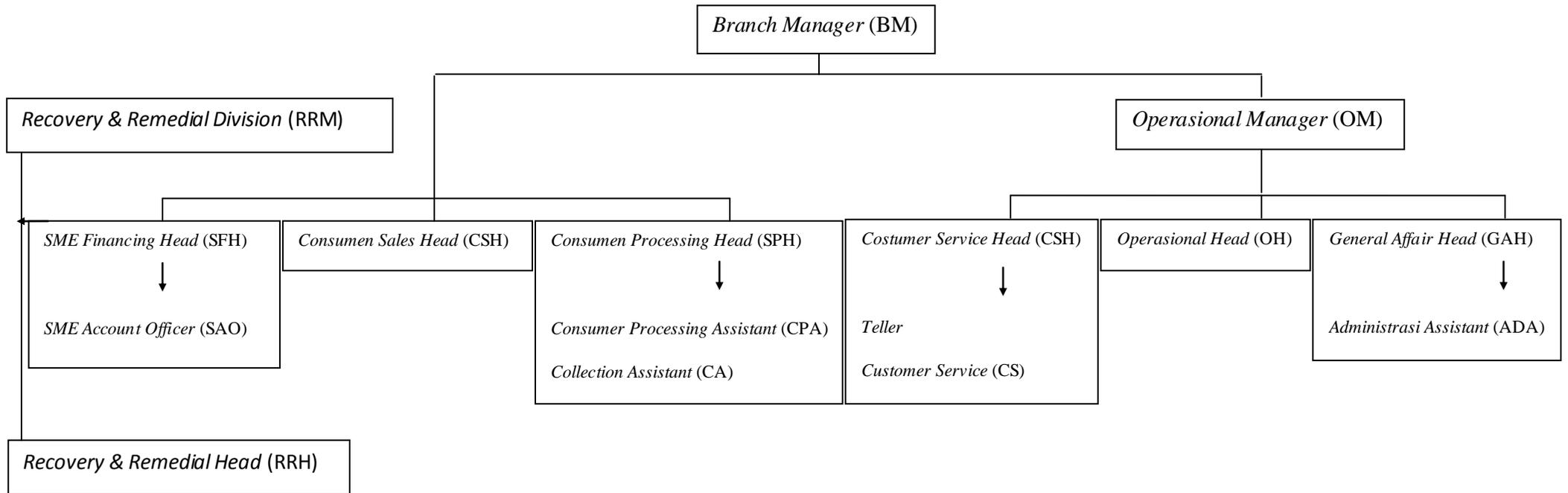
⁶⁷ <http://www.bloggerwin.com/2011/08/bni-syariah.html> di akses tanggal 28-05-2014

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan tegas mengenai pola hubungan kerja, wewenang serta tanggung jawab dalam organisasi, maka biasanya akan disusun dan diatur dalam suatu struktur organisasi pada Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 7

Struktur Organisasi

BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin



Sumber: BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, maka dapat diketahui *job description* sebagai berikut:

A. *Branch Manajer* (BM)

1. Memimpin dan bertanggung jawab penuh atas seluruh aktivitas kantor cabang syariah dan kantor pembantu syariah terutama dalam hal meningkatkan kualitas *assets* dan *liabilities*, mutu layanan yang unggul terhadap nasabah, pengembangan dan pengendalian usaha serta pengelolaan administrasi cabang sehingga dapat memberikan kontribusi laba yang nyata terhadap BNI.
2. Bertanggung jawab sepenuhnya untuk membina dan mengembangkan kepegawaian kantor cabang syariah dan kantor cabang pembantu syariah dalam usaha meningkatkan prestasi dan mutu kerja para pegawai.
3. Bertanggung jawab sepenuhnya atas pelaksanaan fungsi manajemen secara optimal melalui pembentukan komite-komite yang melibatkan kantor cabang syariah dan kantor cabang pembantu syariah secara berkesinambungan sehingga berjalan dan berfungsi secara efektif.
4. Memimpin dan berperan aktif terhadap perkembangan implementasi *Office Channeling* produk BNI Syariah pada Kantor Cabang Konvensional di bawah kelolaannya.
5. Memimpin dan bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan prinsip mengenal nasabah (PMN) atau *Know Your Customer* (KYC)

sesuai ketentuan yang berlaku di Kantor Cabang Syariah dan Kantor Cabang Pembantu Syariah.

B. *Operasional Manager (OM)*

1. Memimpin, membina, mengembangkan dan bertanggungjawab penuh atas seluruh aktivitas pelayanan nasabah di kantor cabang syariah dengan mengupayakan pelayanan yang optimal sesuai prosedur yang berlaku.
2. Memimpin dan berpartisipasi aktif terhadap unit yang dikelolanya dalam memantau dan memastikan bahwa perbaikan/penyempurnaan atas temuan hasil pemeriksaan audit (internal/eksternal) telah dilakukan sesuai dengan rencana/saran perbaikan/penyempurnaan yang diberikan oleh auditor.
3. Memastikan brosur dan alat promosi terpasang secara rapi dan lengkap, sesuai standar BNI Syariah.
4. Memimpin dan mengelola kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produk dana BNI Syariah yang dilakukan oleh para penyelia dan asisten di unit pelayanan nasabah.

C. *Customer Services Head (CSH)*

1. Pemberian informasi mengenai produk BNI Syariah, syarat-syarat pembukaan rekening dan melayani pertanyaan nasabah mengenai penyelesaian transaksi atau saldo.
2. Administrasi dan pembagian rekening koran nasabah secara langsung atau lewat kurir/pos.

3. Administrasi pemberian buku cek/bilyet giro, mengelola formulir dan produk/jasa BNI Syariah.
4. Perbaikan/peyempurnaan hasil temuan audit.
5. Pembuatan laporan ke BI tentang giro wadiah, tabungan *mudharabah*, dan deposito berjangka.

D. *Operasional Head (OH)*

1. Mengelola Administrasi pembiayaan dan portopel pembiayaan.
2. Memantau proses pemberian pembiayaan.
3. Melakukan percetakan surat keputusan, pembiayaan (SKP).
4. Mempersiapkan proses penandatanganan SKP.
5. Berperan aktif dalam melaksanakan program APU (Anti Pencucian Uang) dan PPT (Pencegahan Pendanaan Terorisme) di kantor cabang.

E. *General Affair Head (GAH)*

1. Mengelola sistem otomatis di kantor cabang dan kantor layanan.
2. Menegelola kebenaran dan sistem transaksi keungan kantor cabang syariah dan cabang pembantu syariah.
3. Mengelola laporan harian sistem kantor cabang syariah dan cabang pembantu syariah.
4. Mengendalikan transaksi pembukuan kantor cabang syariah dan cabang pembantu syariah.
5. Mengelola laporan kantor cabang syariah.
6. Membantu penyelesaian temuan SPI maupun BQA

7. Berpartisifasi aktif dalam gugus tugas khusus dalam komite yang dibentuk oleh pemimpin cabang dan layanan.
8. Mengelola dokumentasi dan database kepegawaian cabang.
9. Mengadministrasikan dan mengkomplikasikan dan catatan absensi dan cuti pegawai.
10. Mengadakan koordinasi dalam penyusunan rencana kerja dan anggaran kantor cabang.

F. *SME Financing Head (SFH)*

1. Memasarkan seluruh produk pembiayaan produktif ritel dan pembiayaan konsumtif (kecuali rahn)
2. Memeriksa kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan produktif ritel dan pembiayaan konsumtif.
3. Melakukan kegiatan *cross selling* untuk produk-produk BNI syariah lainnya.
4. Berperan aktif dalam penyelesaian temuan pemeriksaan audit internal dan eksternal BNI Syariah.

G. *Consumer Sales Head (CSH)*

1. Mengumpulkan dan melakukan verifikasi data.
2. Melakukan transaksi dan plotting jaminan
3. Melakukan analisa pembiayaan (BFM/ *Analyst Scoring*) membuat pengusulan dan surat keputusan pembiayaan.

H. *Consumer Processing Head (CPH)*

1. Menyusun rencana kerja/anggaran kegiatan pemasaran dana sesuai dengan pedoman berlaku.
2. Mengadakan/menghadiri pertemuan dengan nasabah/calon nasabah.
3. Memantau realisasi program dan rencana kerja pemasaran dana.
4. Penyelenggaraan administrasi/file kegiatan pemasaran dana.

I. Teller

1. Melayani semua jenis transaksi kas/tunai, pemindahan, setoran kliring dalam rangka memberikan pelayanan transaksi keuangan terbaik kepada nasabah.
2. Melayani kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produk jasa/transaksi yang dikelola oleh Kantor Besar atau pihak ketiga lainnya.
3. Berpartisipasi aktif melaksanakan gugus tugas khusus yang dibentuk oleh Komite Manajemen Kantor Cabang Utama dan Layanan.
4. Melaksanakan perbaikan/penyempurnaan hasil temuan audit/SPI.

J. Administrasi Assistant (ADA)

1. Mengelola sistem otomasi di kantor cabang syariah dan cabang pembantu syariah.
2. Mengelola kebenaran dan sistem transaksi keuangan syariah dan cabang pembantu.
3. Mengelola laporan harian sistem kantor cabang syariah dan cabang pembantu.
4. Transportasi dan penyelenggaraan administrasi umum dan kearsipan.

K. *Recovery & Remedial Divisional (RRM)*

1. Pemantau proses penagihan dan memantau penyelesaian kewajiban pembiayaan.
2. Pemeriksa laporan kunjungan setempat/Call Memo hasil penagihan pembayaran.
3. Berperan aktif dalam penyelesaian temuan pemeriksaan audit internal dan eksternal BNI Syariah.

L. *Recovery Remedial Head (RRH)*

- 1) Berperan aktif dalam mendukung/mensupport berjalannya program-program peningkatan budaya pelayanan (*service culture enhancement*).
- 2) Memimpin dan berperan aktif dalam penyelesaian temuan audit internal dan eksternal BNI Syariah.

5. Produk-produk BNI Syariah

A. Produk Dana

1. Tabungan iB Hasanah
2. Tabungan iB Prima Hasanah
3. Tabungan iB Bisnis Hasanah
4. Tabungan iB THI Hasanah
5. Tabungan iB Tapenas Hasanah
6. Tabungan iB Tunas Hasanah
7. Tapenas Griya Hasanah
8. Giro iB Hasanah

9. Deposito iB Hasanah

B. Produk Pembiayaan

1. Griya iB Hasanah
2. Flexi iB Hasanah
3. Multiguna iB Hasanah
4. Pembiayaan Haji iB Hasanah
5. Pembiayaan Emas iB Hasanah
6. Tunas Usaha iB Hasanah
7. Wirausaha iB Hasanah
8. Usaha Kecil iB Hasanah
9. Multijasa iB Hasanah
10. iB Hasanah *Card*
11. Oto iB Hasanah
12. Gadai Emas iB Hasanah
13. CCF iB Hasanah

C. Produk jasa dan layanan

1. E-Banking iB Hasanah
2. *Payroll Gaji*
3. *Virtual Account*

B. Penyajian Data

1. Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

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

Pengertian pembiayaan Griya iB Hasanah menurut bahasa adalah Griya: perumahan, iB: *islamic banking*, Hasanah: kebaikan, sedangkan menurut filosofi pembiayaan Griya iB Hasanah adalah pembelian rumah secara syariah dengan kenyamanan dan keamanan serta kebaikan. Yang menjadi ciri khas dari BNI Syariah adalah dengan nama produknya yang memuat label Hasanah.⁶⁸

Sebenarnya pembiayaan Griya iB Hasanah sudah ada sejak tahun 2000 semenjak itu BNI Syariah masih Unit Usaha Syariah (UUS) dan masih gabung dengan Bank BNI konvensional. Barulah pada tahun 2010 BNI Syariah menjadi Bank Umum Syariah (BUS). Melihat peluang dari segi keperluan dan kebutuhan nasabah dan guna untuk memberikan kemudahan bagi nasabah yang kekurangan dana untuk bisa memiliki rumah dengan cara aman dan nyaman bebas dari pada riba, karena rumah sebagai tempat bernaung dan tempat tinggal hidup. Membeli dengan cara syariah agar kesan rasa tenang dan aman berumah tangga membina

⁶⁸ Fendy Rakhmat Ardiansyah, *Consumer Sales BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin*, wawancara pribadi, 28-04-2014

kehidupan.⁶⁹ Maka dari itu gagasan didirikannya produk pembiayaan Griya iB Hasanah yaitu pembiayaan konsumtif untuk membeli, membangun, merenovasi rumah/ruko ataupun untuk membeli tanah kavling siap bangun.⁷⁰

a. Syarat dan Ketentuan Dalam Pengajuan Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Macam-macam syarat dan ketentuan dalam pengajuan pembiayaan Griya iB Hasanah yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

- 1) Permohon maksimal berusia 21 tahun, pada saat pembiayaan lunas berusia maksimum:
 - 55 tahun pegawai (usia pensiun)
 - 60 tahun pengusaha, profesional
- 2) Karyawan / wiraswasta / profesional dengan masa kerja minimal 2 tahun.
- 3) Mempunyai penghasilan tetap dan mampu membayar angsuran.
- 4) Memenuhi persyaratan berdasarkan penilaian bank.⁷¹

Untuk lebih jelas dapat dilihat pada table 2 sebagai berikut :

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ Riska, *Consumer Sales BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin*, wawancara pribadi, 14-05-2014

⁷¹ Miftahul Fajri, *Consumer Sales BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin*, wawancara pribadi, 14-05-2014

Tabel 2

Persyaratan Khusus Pembiayaan Griya iB Hasanah

Dokumen	Pegawai	Pengusaha	Profesional
Fotocopy KTP/paspor pemohon dan suami/istri	✓	✓	✓
pasFoto 4x6 cm pemohon dan suami/istri	✓	✓	✓
Fotocopy surat nikai/cerai/pisah harta (jika pisah harta)	✓	✓	✓
Fotocopy kartu keluarga	✓	✓	✓
Fotocopy surat WNI, surat keterangan ganti nama bagi WNI keturunan	✓	✓	✓
Fotocopy NPWP (jika pembiayaan diatas Rp. 50 juta)	✓	✓	✓
Fotocopy rekening koran/tabungan 3 bulan terakhir	✓	✓	✓
Slip gaji (asli) terakhir/surat keterangan penghasilan	✓		
Surat keterangan masa kerja dan jabatan terakhir diperusahaan (asli)	✓		
Neraca dan laba/rugi/informasi keuangan 2 tahun terakhir		✓	✓
Akte perusahaan, SIUP dan TDP		✓	
Fotocopy surat izin praktek profesi			✓
Dokumen kepemilikan jaminan: 1. Fotocopy sertifikat dan IMB 2. Surat pesanan atau penawaran 3. Fotocopy bukti setoran pbb terakhir 4. Rencana anggaran biaya (RAB)	✓	✓	✓
Denah lokasi rumah tinggal	✓	✓	✓

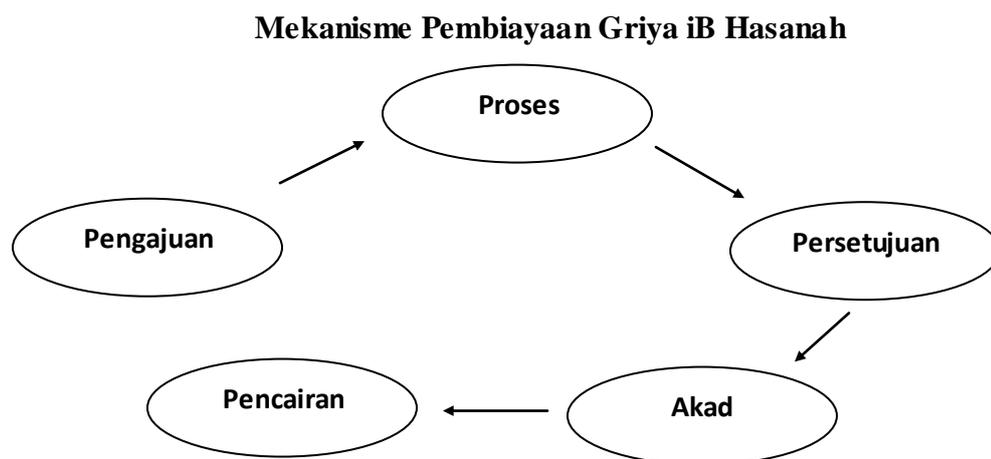
Sumber: BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, 2014

Persyaratan-persyaratan pada table 2 yang telah ditetapkan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Namun, apabila persyaratan tersebut tidak terpenuhi maka pembiayaan tidak dapat di cairkan atau realisasikan.

b. Mekanisme Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Proses Mekanisme Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin pertama-tama nasabah mengajukan pembiayaan Griya iB Hasanah setelah itu dilakukan proses oleh bagian *Processing* dan setelah di proses maka persetujuan dari *Branch Manager* (OM) setelah itu dilakukan akad oleh bagian *Operasional* dan yang terakhir adalah pencairan. Apabila pembiayaan tidak disetujui oleh *Branch Manager* (OM) maka semua berkas nasabah akan dikembalikan.

Gambar 8



Sumber: Data di olah yang didapat penulis dari BNI Syariah, 2014

c. Proses dan Praktik Akad Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Pembiayaan Griya iB Hasanah dalam praktiknya menggunakan akad *ijarah* dan *murahabah*. *Murahabah* sendiri merupakan penjualan suatu barang dengan harga asal dengan tambahan sejumlah keuntungan yang disepakati bersama. Proses pembayaran dilakukan dengan cara tangguh atau cicil.

Proses dan praktek akad *murahabah* dalam pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Dapat dilihat pada gambar, sebagai berikut :

Gambar 9



Sumber: Data di olah yang di dapat penulis dari BNI Syariah, 2014

Keterangan:

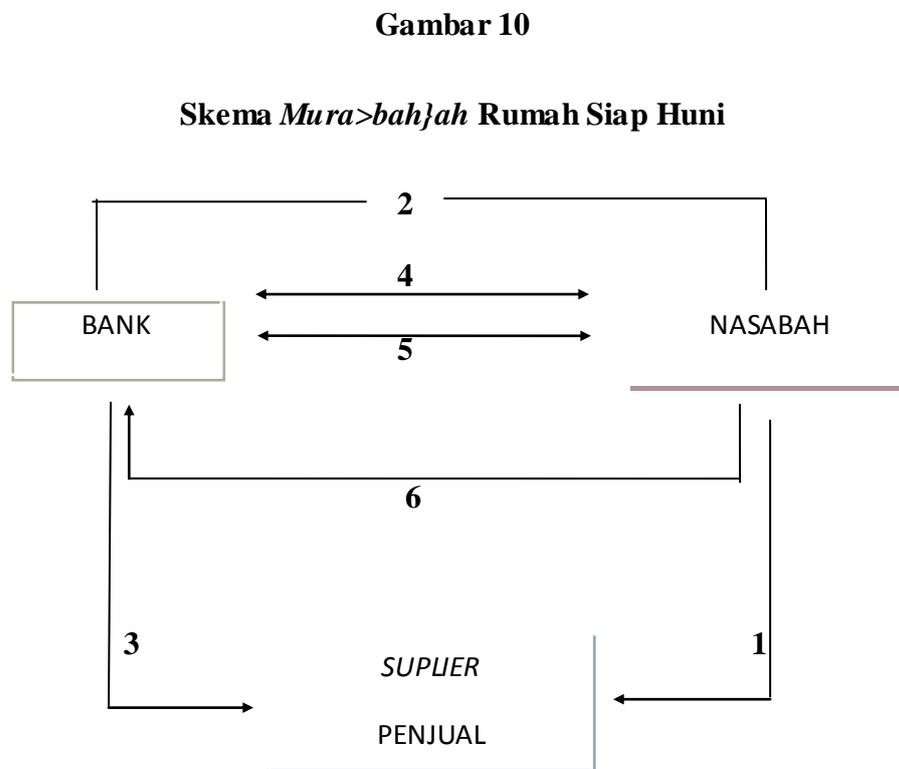
1. Bank BNI Syariah membelikan rumah nasabah kepada developer atau perumahan/ perorangan.

2. kemudian di jual ke nasabah dengan menggunakan akad *mura>bah}ah* (jual beli) sesuai harga jual Bank (pokok+margin) yang nantinya akan diansur oleh nasabah selama jangka waktu yang telah disepakati.

Dalam pembiayaan *mura>bah}ah*, Bank sebagai pemilik dana membelikan barang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh nasabah yang membutuhkan pembiayaan, kemudian menjualnya ke nasabah tersebut dengan penambahan keuntungan tetap. Sementara itu, nasabah akan mengembalikan utangnya dikemudian hari secara cicilan.

d. Pembiayaan Griya iB Hasanah Rumah Siap Huni

Skema *mura>bah}ah* pembiayaan Griya iB Hasanah untuk kepemilikan rumah siap huni, sebagai berikut:



Sumber: Data di olah yang didapat penulis dari BNI Syariah, 2014

Keterangan:

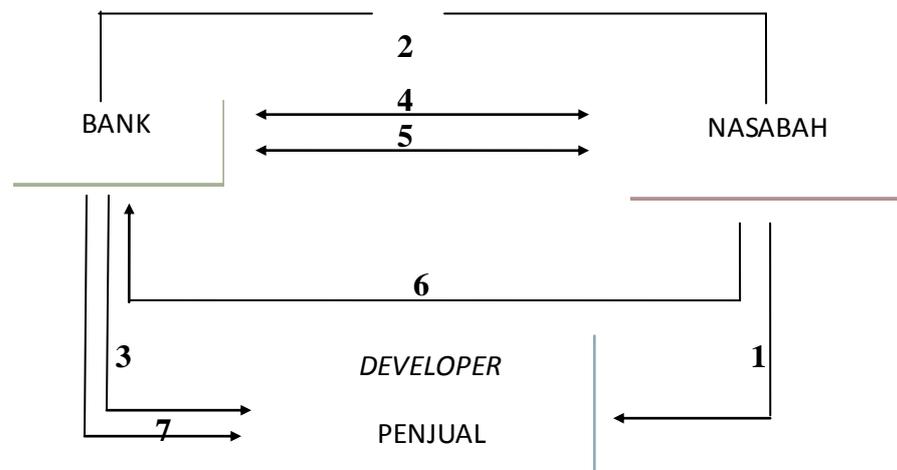
1. Nasabah menemui *suplier*
2. Nasabah mengajukan pembiayaan, memenuhi persyaratan dari bank dan bernegosiasi
3. Bank membelikan rumah yang diinginkan nasabah dari *suplier* secara tunai
4. Bank dan nasabah melakukan akad *mura>bah}ah*
5. Penyerahan dokumen-dokumen (SKP, dan berkas bukti penandatanganan akad)
6. Nasabah membayar angsuran rumah kepada bank secara cicilan.

e. Pembiayaan Griya iB Hasanah rumah *indent*

Skema *mura>bah}ah* pembiayaan Griya iB Hasanah untuk kepemilikan rumah *indent*, sebagai berikut:

Gambar 11

Skema *Mura>bah}ah* Rumah *Indent*



Sumber: data di olah yang di dapat penulis dari BNI Syariah, 2014

Keterangan:

1. Nasabah menemui *developer* untuk membeli tanah kavling
2. Nasabah mengajukan pembiayaan, memenuhi persyaratan dari bank dan bernegosiasi
3. Bank membelikan tanah kavling yang diinginkan nasabah dari *developer* secara tunai
4. Bank dan nasabah melakukan akad *mura>bah}ah* pembelian tanah
5. Penyerahan dokumen-dokumen (SKP dan berkas bukti penandatanganan akad)
6. Nasabah membayar angsuran rumah kepada bank secara cicilan
7. Bank mencairkan dana pembiayaan sebesar 70% dari total pembiayaan kepada *developer* untuk biaya pembangunan rumah yang diperjanjikan selesai dibangun dan baru bisa dihuni oleh nasabah 6 bulan kemudian.

f. Perhitungan Margin Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Perhitungan margin Pembiayaan griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Seorang wiraswasta membeli rumting/roku dengan harga Rp. 180.000.000, Uang muka Rp. 55.000.000 (31%), Pokok Rp. 125.000.000, dengan jangka waktu 15 tahun. Perincian angsuran pembiayaan Griya iB Hasanah dapat di lihat pada tabel di bawah:

Tabel 3

Perhitungan Margin Pembiayaan Griya iB Hasanah

Jangka Waktu	Maks Pembiayaan	Angsuran/Bln	Penghasilan Min
1 tahun	133,800,000	11,150,000	27,875,000
2 tahun	142,275,000	5,928,125	14,820,313
3 tahun	151,100,000	4,197,222	10,493,056
4 tahun	161,700,000	3,368,750	8,421,875
5 tahun	171,625,000	2,860,417	7,151,042
6 tahun	181,850,000	2,525,694	6,314,236
7 tahun	195,350,000	2,325,595	5,813,988
8 tahun	206,800,000	2,154,167	5,385,417
9 tahun	218,487,500	2,023,032	5,057,581
10 tahun	232,875,000	1,940,625	4,851,563
11 tahun	245,587,500	1,860,511	4,651,278
12 tahun	258,650,000	1,796,181	4,490,451
13 tahun	275,150,000	1,763,782	4,409,455
14 tahun	289,150,000	1,721,131	4,302,827
15 tahun	303,500,000	1,686,111	4,215,278

Sumber: BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, 2014

g. Keunggulan dan kelebihan pembiayaan Griya iB Hasanah

Pembiayaan Griya iB Hasanah memiliki beberapa keunggulan dan kelebihan diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Maksimal pembiayaan sampai dengan Rp. 5 Miliar
- 2) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun
- 3) Margin kompetitif
- 4) Uang muka yang ringan (10% untuk mitra developer BNI Syariah)
- 5) Angsuran tetap sampai dengan lunas

Pembiayaan Griya iB Hasanah memberikan kemudahan kepada masyarakat khususnya dalam bidang perumahan dan juga memberikan beberapa keuntungan bagi nasabah yang menggunakan produk pembiayaan Griya iB Hasanah diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Sesuai dengan prinsip syariah
- 2) Angsuran tetap sampai lunas
- 3) Uang muka ringan
- 4) Jangka waktu panjang sampai dengan 15 tahun
- 5) Rasa tenang dan tenang karena dengan pembiayaan syariah terhindar dari transaksi ribawi
- 6) Bebas biaya operasional
- 7) Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis.⁷²

h. Perkembangan Pembiayaan Griya iB Hasanah

Pada awalnya kita kenal dengan bank konvensional karena bank konvensional yang lebih dahulu berdiri setelah itu barulah berdiri Bank Syariah. Harapannya dengan adanya bank berbasis syariah atau yang dikenal dengan Bank

⁷² *Ibid.*

Syariah dapat membantu masyarakat khususnya di dalam sektor pembiayaan kepemilikan perumahan, jangan sampai masyarakat tertipu dengan angsuran awal yang murah dan bunga yang semakin meningkat per waktu/tahun, ini bukan malah menjadikan masyarakat terbantu malah menjadi beban yang harus dibayar tiap bulan, harapannya dengan adanya pembiayaan Griya iB Hasanah dengan angsuran yang tetap, margin yang kompetitif, prosesnya mudah jadi masyarakat dapat terbantu dengan bekerja sama dengan developer khususnya dibidang properti.

Keadaan jumlah nasabah tiap tahunnya semakin meningkat pada tahun 2012 : 627 orang, tahun 2013 : 914 orang dan tahun 2014 per Mei : 998 orang. Salah satu target dari bagian pemasaran yang harus tercapai setiap tahunnya adalah meningkatnya 30% dan semuanya bisa tercapai dengan banyaknya nasabah yang melakukan *take over* dari Bank konvensional maupun bank syariah karena merasa banyak keuntungan dengan menggunakan pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Pembiayaan Griya iB Hasanah bukan hanya orang islam yang bisa menggunakan pembiayaan ini tetapi juga orang non muslim. Karena pembiayaan Griya iB Hasanah banyak memberikan kemudahan dan merasa untung dengan pembiayaan ini di bandingkan dengan bank konvensional dengan hitungan bunga yang tetap dan proses yang cepat.

Dalam perkembangannya BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin masih bisa dikatakan baru khususnya di Banjarmasin karena hanya memiliki satu cabang di Banjarmasin dan dua cabang pembantu yaitu di Sungai Danau dan Batu

Licin. Transaksi, tarik tunai, transfer bisa dilakukan dengan BNI Umum sedangkan pembiayaan hanya bisa dilakukan pada Bank tersebut, beda dengan Bank lain yang hanya bisa bertransaksi pada bank itu tersebut.

Bank Indonesia per Januari 2014 mengeluarkan peraturan yang membatasi tentang Kredit Perumahan Rakyat (KPR) diatur apabila nasabah memiliki lebih dari satu KPR maka bunganya akan dinaikkan 10% baik pembiayaan tersebut dengan bank tersebut ataupun dengan bank lain. Peraturan ini berlaku untuk semua Bank bukan Cuma Bank BNI Syariah saja. Bank Indonesia bertujuan untuk mengurangi permainan-permainan bisnis properti yang akan mengakibatkan inflasi dengan keuangan. Disini terdapatnya kendala dalam memasarkan produk pembiayaan Griya iB Hasanah yang pada awalnya hanya mematok bunga 10% dengan nasabah itu memiliki pembiayaan KPR di lain maka bunganya menjadi 20%, namun ini hanya berlaku bagi yang memiliki lebih dari satu pembiayaan KPR dan tidak berlaku bagi yang hanya memiliki satu KPR. Istilahnya kalau memiliki lebih dari satu pembiayaan KPR berarti nasabah itu sudah mampu bukan untuk memenuhi kebutuhannya lagi tetapi hanya untuk aset/investasi.⁷³

2. Strategi Pemasaran Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Strategi pemasaran produk pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang pertama adalah dengan cara menjalin kerjasama

⁷³ Fendy Rakhmat Hidayat, *Op. Cit.*

dengan developer-developer perumahan-perumahan serta membina hubungan dengan baik dari segi kemitraan relationship dengan developer. secara tidak langsung dengan melakukan kerjasama dengan developer BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dapat menarik nasabah, logikanya nasabah mau beli rumah jadi nasabah pasti mendatangi lokasi di mana tempat perumahan/developer dan developernya menjelaskan bahwa kalau mau memiliki rumah disini bisa mengambil pembiayaan perumahan di BNI Syariah dengan cara yang mudah dan anggaran tetap sampai lunas atau nasabah langsung datang ke BNI Syariah dengan mengambil pembiayaan Griya iB Hasanah jadi pihak bank menjelaskan tentang developer atau perumahan yang menjadi mitra BNI Syariah dengan keuntungan nasabah uang muka hanya 10%. Jadi, disini adanya saling menguntungkan antar pihak Bank, developer dan nasabah.

Strategi yang kedua adalah dengan mengadakan promo langsung eksklusif kerja sama dengan Citra Graha dengan mengambil kepemilikan rumah di sana akan mendapatkan biaya administrasi *free*, asuransi jiwa dan lain sebagainya semua ditanggung oleh BNI Syariah dan Citra Graha.⁷⁴

Strategi pemasaran yang ketiga adalah dengan mengadakan promosi/pameran di pusat perbelanjaan sebagai sarana sosialisasi BNI Syariah dan pengenalan produk-produk BNI Syariah. Biasanya strategi pemasaran yang seperti itu yang dilakukan Bagian pemasaran BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.⁷⁵ Semua strategi yang dijalankan Bagian pemasaran BNI Syariah Kantor Cabang

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ Miftah, *Op. Cit.*

Banjarmasin sudah berjalan dengan baik dan tidak ada masalah, kecuali ada nasabah yang komplek maka akan di musyawarahkan atau bicarakan dengan developer dan nasabah dengan cara baik-baik.

Tabel 4

Mitra developer/perumahan BNI Syariah Cabang Banjarmasin

No.	Perumahan	Ket.
1.	Citra Graha	Banjarmasin
2.	Mahatama Residence	Banjarmasin
3.	Bun Yamin Residence	Banjarmasin
4.	Bun Yamin Permai	Banjarmasin
5.	Bun Yamin Asri	Banjarmasin
6.	Yasmin Residence	Banjarmasin
7.	Sriwijaya Residence	Banjarmasin
8.	Perumahan Mahligai	Banjarmasin
9.	Pesona Asri 1,2, dan 3	Banjarmasin
10.	Perumahan Seribu	Banjarbaru
11.	Komplek Banua Raya	Banjarbaru
12.	Royal Town House	Banjarbaru
13.	Cordoba Regency	Martapura

Sumber: Fendy Rakhmat Ardiansyah, Consumer Sales BNI Syariah

C. Analisis Data

1. Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Dalam dunia sekarang ini, untuk mencapai suatu produk baik barang atau pun jasa yang bersifat konsumtif maupun produktif sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam bisnis guna menjaga kelangsungan dan perkembangan bisnis tersebut dalam persaingan pasar yang sangat ketat ini. Oleh sebab itu, salah satunya perusahaan sangat penting memiliki strategi-strategi pemasaran yang efektif.

Dengan pemasaran sebuah perusahaan dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat baik itu dengan cara promosi atau melalui media masa dan lain-lain, tentunya itu untuk meningkatkan daya jual-beli yang tinggi agar produk tersebut tetap bertahan dan berkembang. Bank juga tidak mencari keuntungan semata tetapi juga memberikan kepuasan kepada nasabah.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha. Di samping itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang.

Pemasaran juga pernah dilakukan Nabi Muhammad SAW sejak abad ketujuh masehi. Dimana beliau melakukan dengan beberapa konsep yakni jujur, profesional, silaturahmi dan murah hati. Sebagaimana yang kita ketahui, dalam Islam semua tindakan manusia di dunia ini adalah semata-mata untuk ibadah dan mencari ridha Allah semata. Begitu pula dengan tindakan kita dalam berbisnis.

Dengan maraknya pembiayaan Kredit Perumahan Rakyat (KPR) maka bukan hanya Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang satu-satunya mempunyai produk tersebut tetapi hampir semua bank baik itu Bank Syariah maupun konvensional memiliki pembiayaan Kredit Perumahan rakyat (KPR). Ini adalah sebuah tantangan yang dihadapi BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin dan harus dihadapi dengan strategi-strategi pemasaran agar pembiayaan Griya iB Hasanah agar terus berkembang dan dapat bertahan.

Adapun strategi-strategi pemasaran pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, sebagai berikut:

- a. Dengan cara menjalin kerjasama dengan developer-developer perumahan-perumahan serta membina hubungan dengan baik dari segi kemitraan relationship.
- b. Dengan mengadakan Promo langsung eksklusif.
- c. Dengan mengadakan promosi/pameran di pusat perbelanjaan.

Strategi-strategi pemasaran yang telah terapkan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin khususnya bagian pemasaran dapat menarik nasabah yang cukup banyak karena dari tahun 2000 pertamanya produk pembiayaan Griya iB

Hasanah sampai sekarang tahun 2014 nasabah pembiayaan Griya iB Hasanah semakin meningkat pertahunnya, ini berarti strategi pemasaran produk pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin sudah berjalan dengan baik.

Strategi pemasaran pembiayaan Griya iB Hasanah yang diterapkan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin sudah sesuai dengan teori-teori pemasaran. Namun juga harus memperhatikan strategi persaingan seperti segmentasi pasar, *targeting* dan *positioning* karena bukan hanya bank BNI Syariah yang memiliki pembiayaan Griya iB Hasanah tetapi hampir semua bank memiliki pembiayaan kredit perumahan rakyat.

BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin khususnya bagian pemasaran juga harus memiliki strategi pemasaran yang kreatif atau memiliki taktik pemasaran seperti Bauran pemasaran (*Marketing Mix*), yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mengenai produk, harga, promosi dan tempat.

Bukan hal yang tidak mungkin apabila strategi-stategi pemasaran di atas dapat diterapkan di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin pembiayaan Griya iB Hasanah akan terus berkembang dan tetap bertahan di tengah maraknya pembiayaan kredit perumahan rakyat yang diterapkan oleh bank syariah maupun konvensional.

2. Prospek Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Perkembangan Kredit Perumahan Rakyat (KPR) dewasa ini menjadi fenomena yang menarik di kalangan perbankan khususnya perbankan Syariah yang berlomba-lomba dalam memasarkan Kredit Perumahan Rakyat (KPR) karena bisnis properti diperkirakan setiap tahunnya akan terus membaik.

Di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin terdapat pembiayaan Griya iB Hasanah yaitu pembiayaan konsumtif yang diberikan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin kepada nasabah untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah *indent*.

Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin mengalami banyak tantangan dan banyak peluang dan tentu saja semakin ketatnya persaingan antar bank. Bukan hanya antar bank syariah, namun juga bank syariah dengan bank konvensional.

Pembiayaan Griya iB Hasanah sudah ada sejak tahun 2000 pada saat itu BNI Syariah masih Unit Usaha Syariah (UUS) dan baru pada tahun 2010 menjadi Bank Umum Syariah (BUS) sampai sekarang ini tahun 2014 pembiayaan Griya iB Hasanah masih tetap berkembang dan bertahan di tengah maraknya pembiayaan kredit perumahan rakyat (KPR) yang terapkan Bank Syariah maupun Bank Konvensional.

Pembiayaan Griya iB Hasanah menggunakan akad *ija>rah* (sewa) *mura>bah}ah* (jual beli) yang di bolehkan dalam islam dengan cara yang halal terhindar dari riba. Meskipun saat ini, halal haram bunga bank masih diperdebatkan. Minimal kita sudah berusaha membuat dan menjauh dari yang namanya riba dengan menggunakan produk-produk perbankan syariah.

Sebagai salah satu kebutuhan utama manusia, sektor papan (perumahan) merupakan salah satu sektor bisnis menarik. Perkembangan manusia yang semakin bertambah menyebabkan semakin bertambahnya kebutuhan akan perumahan. Rumah merupakan kebutuhan primer bagi pemenuhan kesejahteraan manusia setelah sandang dan pangan. Namun demikian, ternyata kebutuhan akan perumahan ini seringkali terbentur pada minimnya dana yang dimiliki oleh masyarakat yang mendambakan memiliki rumah sendiri. Pengembangan melalui pembiayaan Griya iB Hasanah pun menjadi alternatif utama pembiayaan kredit perumahan.

Pembiayaan Griya iB Hasanah yang menjadi produk unggulan di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dan memiliki berbagai keunggulan serta didukung dengan mayoritas masyarakat indonesia khususnya Banjarmasin yang beragama islam namun tidak menutup kemungkinan orang non muslim pun bisa memiliki pembiayaan Griya iB Hasanah dan memiliki jumlah penduduk yang padat. Di sini terdapat prospek sangat baik untuk pembiayaan Griya iB Hasanah dan juga memberikan kemudahan bagi masyarakat yang kekurangan dana untuk memiliki rumah dan merasa terbantu dengan adanya pembiayaan Griya iB Hasanah.

Keunggulan pembiayaan Griya iB Hasanah diantaranya adalah

- a. Maksimal pembiayaan sampai dengan Rp. 5 Milyar
- b. Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun
- c. Margin kompetitif
- d. Uang muka yang ringan (10% untuk mitra developer BNI Syariah)
- e. Angsuran tetap sampai dengan lunas

Keadaan jumlah nasabah pembiayaan Griya iB Hasanah tiap tahunnya semakin meningkat pada tahun 2012 : 627 orang, tahun 2013 : 914 orang dan tahun 2014 per Mei : 998 orang.

Untuk mengetahui bagaimana gambaran prospek pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dapat dilakukan dengan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). Dari hasil analisis SWOT ini akan dapat diketahui bagaimana prospek pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

a. Analisis SWOT Pembiayaan Griya iB Hasanah

1) Kekuatan (Strengths)

- a) Jumlah pembiayaan yang besar.

Maksimal pembiayaan yang diberikan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin maksimal sampai dengan 5 Milyar.

- b) Uang muka ringan.

BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin memberikan uang muka ringan yaitu 10%, misalkan harga rumah Rp. 250 juta maka uang mukanya adalah Rp. 25 juta dari harga rumah tersebut dan sisanya akan diberikan pembiayaan oleh bank sebesar 90%.

c) Angsuran tetap sampai dengan lunas

Pembiayaan kredit perumahan rakyat pada bank konvensional bersifat *floating* (mengambang) tergantung suku bunga yang berlaku. Sedangkan pembiayaan Griya iB Hasanah, angsuran tetap sampai dengan lunas sesuai dengan penandatanganan akad.

d) Berdasarkan prinsip *ija>rah* dan *mura>bah}ah*

Pembiayaan Griya iB Hasanah menggunakan akad *mura>bah}ah* dan akad ini tidak di ragukan lagi bahwa akad ini boleh dilakukan didukung oleh Al-Qur'an, Hadits dan Fatwa DSN-MUI.

e) Proses cepat dan mudah

Mulai dari tahap permohonan pengajuan pembiayaan dilengkapi dokumen-dokumen syarat permohonan dimasukan di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, namun apabila ada dokumen yang belum lengkap maka pihak BNI Syariah akan menghubungi kembali untuk melengkapinya sebagai proses pengumpulan data, setelah

data terkumpul diproses oleh bagian *Processing* dan setelah di proses maka persetujuan dari *Branch Manager* (OM) setelah itu dilakukan akad oleh bagian *Operasional* dan yang terakhir adalah pencairan.

2) Kelemahan (*Weaknesses*)

- a) Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pembiayaan Griya iB Hasanah.

Masih banyak masyarakat yang belum tahu dengan pembiayaan Griya iB Hasanah dan keunggulannya serta anggapan masyarakat yang menganggap Bank Syariah sama saja dengan Bank konvensional.

- b. Terbatasnya jaringan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Di Kalimantan Selatan khususnya Banjarmasin hanya memiliki 1 kantor cabang dan cabang pembantu ada di batu licin dan sungan danau.

- c. Kurangnya promosi kepada masyarakat.

Dalam hal ini BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin masih kurang melakukan promosi tentang pembiayaan Griya iB Hasanah baik itu melalui media masa dan media sosial.

- d. Kurang sosialisasi kepada masyarakat

Pembiayaan Griya iB Hasanah masih masih belum terlalu di kenal di tengah masyarakat jadi masih harus banyak melakukan sosialisasi ke masyarakat sekaligus memperkenalkan pembiayaan Griya iB Hasanah.

- e. Kurangnya pemahaman SDM yang profesional dalam bidangnya.

Khusus untuk SDM di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin pendidikan mereka banyak yang bukan latar belakang dari perbankan syariah, jadi pemahaman tentang produk pembiayaan Griya iB Hasanah hanya sekedar tahu saja.

3) Peluang (*Opportunities*)

- a) Pertumbuhan jumlah penduduk yang pesat.

Dengan penambahan jumlah penduduk yang tinggi maka kebutuhan akan perumahan semakin meningkat, ini adalah peluang yang sangat baik untuk memasarkan pembiayaan Griya iB Hasanah.

- b) Fatwa MUI

Fatwa MUI yang mengatakan bahwa “bunga bank haram” ini merupakan peluang untuk perkembangan bank syariah khususnya pembiayaan Griya iB Hasanah yang menerapkan akad *mura>bah}ah*.

- c) Undang-Undang Perbankan Syariah

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang khusus mengatur perbankan syariah.

d) Mayoritas beragama Islam

Masyarakat Banjarmasin mayoritas beragama Islam ini bisa menjadi peluang bagi pembiayaan Griya iB Hasanah, tetapi tidak menutup kemungkinan bagi orang non muslim.

4) Ancaman (*Treaths*)

a) Maraknya bank menerapkan KPR

Dengan maraknya pembiayaan KPR yang diterapkan oleh Bank Syariah maupun Bank konvensional ini lah yang menjadi ancaman bagi pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

b) Banyaknya promosi dari pesaing

Bukan hanya bank BNI Syariah yang mengadakan promosi tetapi bank lain juga memasarkan produknya lewat promosi.

c) Anggapan masyarakat

Pandangan masyarakat yang beranggapan bahwa bank syariah itu sama saja dengan bank konvensional.

d) Peraturan BI yang membatasi KPR

Bank Indonesia membatasi apabila seseorang memiliki dua pembiayaan KPR maka untuk uang muka meningkat 10% yang pada awalnya hanya 10% menjadi 20% dan ini hanya

berlaku untuk orang yang memiliki lebih dari satu pembiayaan.

Dalam menggunakan metode SWOT ini, kita lebih dulu menempatkan posisi S, W, O, dan T itu sebagai faktor (variabel) yang berpengaruh terhadap ketepatan bidang/jenis usaha yang akan kita pilih. Faktor (variabel) tersebut, kita tempatkan dalam posisi berpasangan yang masing-masing mempunyai kekuatan dan kelemahan.⁷⁶

Masing-masing faktor (variabel) itu kita beri bobot sesuai dengan kepentingannya. Dan jumlah bobot tidak boleh lebih dari 100. Kemudian penempatan SWOT di tetapkan dengan pasangan yang saling berhadapan yang terdiri dari: di satu table Kekuatan v.s Kelemahan dan di table yang lain Peluang v.s Ancaman. Selanjutnya dalam mengambil kesimpulan dari hasil analisis SWOT ini yang dipilih adalah yang terbanyak plus (+) nya atau yang paling sedikit minus (-) nya.⁷⁷

Pemberian nilai skor untuk faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman berdasarkan pengaruhnya, semakin besar pengaruhnya diberi skor 4, semakin kecil pengaruhnya, diberi skor 1, skala skor antara 1 sampai dengan 4.

⁷⁶ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), h. 103

⁷⁷ *Ibid.*, 104

Tabel 5
Kekuatan vs Kelemahan

No.	Kekuatan (+)	Bobot	Skor	Total	Kelemahan (-)	Bobot	Skor	Total	Selisih
1	Jumlah pembiayaan yang besar	30	3	90	Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pembiayaan Griya iB Hasanah	30	2	60	30
2	Uang muka ringan	20	2	40	Terbatasnya jaringan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin	20	1	20	20
3	Angsuran tetap sampai lunas	20	2	40	Kurangnya promosi kepada masyarakat	20	1	20	20
4	Berdasarkan prinsip <i>ija>rah</i> dan <i>mura>bahah</i>	20	2	40	Kurang sosialisasi kepada masyarakat	20	1	20	20
5	Proses cepat & mudah	10	2	20	Kurangnya pemahaman SDM yang profesional dalam bidangnya	10	1	10	10
Jumlah		100		230		100		130	100

Tabel 6
Peluang vs Ancaman

No.	Peluang (+)	Bobot	Skor	Total	Ancaman (-)	Bobot	Skor	Total	Selisih
1	Pertumbuhan jumlah penduduk yang pesat	35	3	105	Maraknya Bank menerapkan KPR	35	2	70	35
2	Fatwa MUI	25	2	50	Banyaknya promosi dari pesaing	25	1	25	25
3	Undang-undang perbankan syariah	20	2	40	Pandangan masyarakat	20	1	20	20
4	Mayoritas Beragama Islam	20	2	40	Peraturan Bank Indonesia yang membatasi KPR	20	1	20	20
Jumlah		100		235		100		135	100

Dari Tabel di atas di ketahui:

Total kekuatan berjumlah = 230

Total kelemahan berjumlah = 130

Jadi kekuatan riil 230-130 = 100

Dari Tabel di atas di ketahui:

Total peluang berjumlah = 235

Total ancaman berjumlah = 135

Jadi kekuatan riil 235-135 = 100

Pembiayaan Griya iB Hasanah memiliki kekuatan namun di sisi lain pembiayaan Griya iB Hasanah juga memiliki kelemahan namun semua kelemahan dapat tertutupi dengan kekuatan.

Pembiayaan Griya iB Hasanah memiliki peluang namun di sisi lain pembiayaan Griya iB Hasanah juga memiliki ancaman namun semua ancaman dapat tertutupi dengan peluang.

Dengan demikian pembiayaan Griya iB Hasanah berdasarkan analisis variabel/faktor yang mempengaruhi hasilnya positif dan pembiayaan Griya iB Hasanah memiliki prospek yang baik untuk kedepannya.

Tabel 7
Matrik SWOT

<p>IFAS</p> <p style="text-align: right;">EFAS</p>	<p>Strengths (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah pembiayaan Yang besar • Uang muka ringan • Angsuran tetap sampai dengan lunas • Berdasarkan prinsip <i>mura>bahjah</i> • Proses cepat dan mudah 	<p>Weaknesses (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pembiayaan Griya iB Hasanah • Terbatasnya jaringan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin • Kurangnya Promosi kepada masyarakat • Kurang sosialisasi kepada masyarakat • Kurangnya SDM yang profesional dalam bidangnya
<p>Opportunities (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Jumlah penduduk yang pesat • Fatwa MUI • Undang-undang perbankan syariah • Mayoritas beragama Islam 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperkenalkan keunggulan-unggulan pembiayaan Griya iB Hasanah. • Membuat iklan di media masa 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan sosialisasi • Memperbanyak jaringan BNI Syariah • Mempromosikan produk kepada masyarakat • Mengadakan seminar, training dan pelatihan tentang perbankan syariah.
<p>Treaths (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maraknya bank menerapkan KPR • Banyaknya promosi dari dari pesaing • Pandangan Masyarakat • Peraturan Bank Indonesia 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan service/pelayanan sebaik mungkin • Membangun pola pikir yang kuat di masyarakat tentang perbankan syariah. 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat strategi pemasaran yang kreatif • Pembiayaan Griya iB hasanah harus memberikan warna yang berbeda dengan pembiayaan lain

- Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

- Strategi ST

Ini adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki pembiayaan Griya iB Hasanah dengan cara menghindari ancaman.

- Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

- Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

b) Analisis BCG Pembiayaan Griya iB Hasanah

Seiring dengan perkembangan pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin pada saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat tinggi dan posisi pesaing yang tinggi. Dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8

Analisis BCG

STAR (GRIYA iB HASANAH)	QUESTION MARK
CASH COW	DOGS

Pembiayaan Griya iB Hasanah pada posisi ini mengalami pertumbuhan pasar yang sangat pesat. karena produk pembiayaan Griya iB Hasanah dapat bersaing dengan produk-produk bank lain dan pembiayaan Griya iB Hasanah merupakan salah satu produk unggulan di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Posisi “star” merupakan kemungkinan pembiayaan Griya iB Hasanah memiliki siklus hidup produk jangka panjang dan posisi yang terbaik. semua dapat terbukti dengan dapat bertahan dan berkembangnya pembiayaan Griya iB Hasanah sejak tahun 2000 sampai sekarang tahun 2014 di tengah maraknya pembiayaan-pembiayaan Bank Syariah maupun Bank konvensional.

Posisi ini perlu di jaga dan terus dikembangkan untuk memperkuat dominannya di dalam pasar yang sedang tumbuh. Semuanya dapat dilakukan dengan strategi-strategi pemasaran yang kreatif.

Dengan demikian pembiayaan Griya iB Hasanah diperkirakan masih positif dan berkelanjutan dengan tetap harus di dasarkan pada prinsip kehati-hatian.

3. Perpektif Hukum Islam Tentang Pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Pembiayaan Griya iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah *indent*.

Pembiayaan Griya iB Hasanah dalam praktiknya menggunakan akad *ijarah* dan *murahabah*. Akad ini boleh dilakukan karena dilakukan dengan cara secara terpisah dan independen. *Murahabah* sendiri merupakan penjualan suatu barang dengan harga asal dengan tambahan sejumlah keuntungan yang disepakati bersama. Proses pembayaran dilakukan dengan cara tangguh atau cicil.

Dari transaksi Pembiayaan Griya iB Hasanah tidak melanggar ketentuan-ketentuan yang berhubungan dengan Syariat Islam seperti riba, maisir, gharar dan judi. Pembiayaan Griya iB Hasanah memang produk yang halal dan bukan haram/subhat, pembiayaan Griya iB Hasanah memberikan kontribusi yang sangat besar kepada masyarakat yang kekurangan dana untuk memiliki rumah.

Pada prinsipnya BNI Syariah lebih menekankan produk pembiayaan Griya iB Hasanah untuk memenuhi kebutuhan orang banyak, bukan hanya sekedar memenuhi segelintir orang yang memiliki uang, sehingga terciptanya

daya beli yang lebih baik. Karena itu dalam prinsip Islam, apalah arti produk yang menggunung jika hanya bisa di distribusikan untuk segelintir orang yang memiliki uang banyak.

Firman Allah SWT Al-Qur'an Surah Al-Maidah Ayat 2, sebagai berikut:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ...

Artinya: “.....*dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran....*” (QS. Al-Maidah [5] : 2)

Dalam ayat diatas Allah menganjurkan berbuat tolong menolong dalam berbuat kebaikan. Sebagaimana yang diterapkan dalam pembiayaan Griya iB Hasanah yaitu adalah tolong-menolong antara pihak bank yang kelebihan dana dan pihak nasabah yang kekurangan dana untuk pembiayaan perumahan.

Dalam penentuan nisbah bagi hasil BNI Syariah telah melaksanakan akad yang dibenarkan dalam islam, yaitu akad *ija>rah* (sewa) dan *mura>bah}ah* (jual beli) yang diterapkan pada pembiyaan Griya iB Hasanah sebagai ganti dari kredit dengan bunga yang dalam islam sudah jelas keharamannya karena kredit dalam Bank konvensional sama dengan riba.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 275, sebagai berikut:

..... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya:“..... Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.....”.(Al-Baqarah [2]:275)

Dari ayat diatas Allah secara tegas meralang yang namanya riba dan menghalalkan jual beli. Atas dasar ayat diatas lah diperbolehkannya akad *mura>bah}ah* untuk menghindari yang namanya riba.

Akad atau kontrak *ija>rah* dan *mura>bah}ah* dalam pembiayaan Griya iB Hasanah dilakukan dengan transaksi sewa dan diakhiri dengan jual-beli rumah atau tempat tinggal, tanah, ruko, tanah kavling sebesar harga perolehan ditambah dengan margin keuntungan yang diminta pihak bank dan disepakati oleh nasabah. Firman Allah SWT Al-Qur’an Surah Al-Baqarah Ayat 1, sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ ﴿١﴾

Artinya:“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu.....”.(Al-Baqarah [5]:1)

Dalam ayat di atas Allah menganjurkan kepada umatnya untuk memenuhi segala bentuk akad sebagaimana yang diterapkan oleh Bank BNI Syariah tentang pembiayaan Griya iB Hasanah yang menggunakan akad *ija>rah* dan *mura>bah}ah*.

BNI Syariah kantor Cabang Banjarmasin juga sudah menerapkan prosedur pembiayaan dengan baik sebagaimana yang telah dijelaskan dalam teori pembiyaan dalam Islam. Hal ini sejalan dengan apa yang diperintah kan oleh Allah SWT dalam Al-Qur’an Surah Al-Baqarah Ayat 282, sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ.....^ج

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya..(QS. Al-Baqarah[5]: 282)*

Dalam ayat diatas Allah menegaskan bahwa apabila ada terjadi transaksi mu'amalah secara tidak tunai atau dalam jangka waktu tertentu maka hendaklah di tulis sebagaimana yang ditetapkan di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dari awal pembiayaan sampai akhir pembiayaan ada pencatatannya.

Jadi dalam Pembiayaan Griya iB hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin menggunakan akad *ija>rah* dan *mura>bah}ah* tidak diragukan lagi dalam islam karena akad ini dilakukan secara terpisah dan boleh dilakukan dan diperkuat dengan Al-Qur'an, hadits, ijma, kaidah fiqh muamalah dan Fatwa Dewan Syariah Nasional.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dapat oleh penulis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh BNI syariah kantor Cabang Banjarmasin adalah dengan cara melakukan kerjasama dengan developer-depelover perumahan, mengadakan promo eksklusif kerjasama dengan Citra Graha dan melakukan promosi/pameran di pusat perbelanjaan, strategi tersebut sudah sesuai dengan teori pemasaran.
2. Setelah dilakukan analisis SWOT, maka dapat disimpulkan bahwa pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin memiliki prospek yang baik untuk kedepan.
3. Perspektif hukum Islam tentang pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin menggunakan akad *ija>rah* (sewa) *mura>bah}ah* (jual beli) dan akad ini diperbolehkan dalam Islam karena dilakukan secara terpisah. Jadi pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin telah sesuai dengan hukum Islam.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin Dalam hal memperkenalkan pembiayaan Griya iB Hasanah sebaiknya BNI Syariah lebih giat lagi dalam memasarkan baik itu dengan sosialisasi maupun promosi, karena pembiayaan Griya iB Hasanah memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman semuanya dapat teratasi dengan strategi-strategi pemasaran yang kreatif.
2. Bagi Nasabah harus lebih teliti dalam memilih pembiayaan jangan sampai mudah tertipu dengan pembiayaan yang murah namun bunganya semakin meningkat, alangkah lebih baiknya menggunakan produk-produk perbankan syariah yang menggunakan prinsip Islam
3. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya melakukan penelitian yang berkenaan dengan manajemen pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, *Hukum Perbankan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*. Banjarmasin, Antasari Perss, 2006.
- _____, *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta, Aswaja Pressindo, 2014.
- Al-Arif, M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung, Alfabeta, 2010.
- Al-Jaziri, Abdurrahman. *Al-Fiqh 'Ala Mazahibul Arba'ah*. Beirut, Darul-Fikr, 1983.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung, Penerbit Alfabeta, 2009.
- Al-Zuhaily, Wahbah, *Al-Fiqh Al Islami wa Adillatuhu*. Beirut, Darul-Fikr, 1989.
- _____, *Al-Fiqh Al Islami wa Adillatuhu*. Penerjemah Abdul Hayyie al-Kattani. Jakarta, Gema Insani, 2011.
- Amir, Taufiq, *Dinamika Pemasaran Jelajahi & Rasakan*. Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2005.
- Arifin, Zainul, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta, Pustaka Alvabet, 2006.
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Azwar, Saifudin, *Metode Penelitian*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2003.
- Basrowi dan Suwardi, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta, Rineka Cipta, 2008.
- Djojohadikusumo, Sumitro, *Indonesia Dalam Pengembangan Dunia (Kini dan Masa Datang)*. Jakarta LP3ES, 1989.
- Hasan, Zubairi, *Undang-Undang Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta, Rajawali Perss, 2009.
- Karim, Adiwarman, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta, Rajawali Pers, 2011.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*. Penerjemah Benyamin Molan. Jakarta, Prenhallindo, 1997.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Indeks, 2005.
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta, Rajawali Perss, 2008.
- Muhammad, *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah (Panduan Teknis Pembuatan Akad/Perjanjian Pembiayaan Pada Bank Syariah Yogyakarta)*, UII Perss, 2009.
- Nawawi, Ismail, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor, Penerbit Ghalia Indonesi, 2012.
- Perreault, William D. dan E. Jerome McCarty, *Basic Marketing: Global Manajerial Approach*. New York, The McGraw-Hill Companies, Inc, 2002.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknis Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Rivai, Veithzal dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management: teori, konsep dan aplikasi panduan praktis untuk lembaga keuangan, nasabah, praktisi, dan mahasiswa*. Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2011.
- Rizal, Yaya, et.al., *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta, Salemba Empat, 2012.
- Rusyd, Ibnu, *Bidayatul Mujtahid Analisa fikih Para Mujtahid*, Penerjemah Imam Ghazali Said & Achmad Zaidun . Jakarta, Pustaka Amani, 2007.
- Sayyid, Sabiq, *Fiqih Sunnah*. Beirut, Darul Fikr, 1983.
- _____, *Fiqih Sunnah*. Penerjemah Abdurrahin & Masrukhin. Jakarta, Cakrawala Publishing, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta, 2005.
- Swasta, Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, Liberty, 1987.
- Swasta, Basu, *Manajemen Barang Dalam Pemasaran*. Yogyakarta, BPF, 1987.
- Tanjung, Hendri dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta, Gramata Publishing, 2013.
- Tim Penyusun Kamus Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta, Balai Pustaka, 2007.
- Wirnyaningih, *Bank dan Asuransi Islam Di Indonesia*. Jakarta, Kencana, 2005.

[Http//andikawigunatambusai.blogspot.com/p/analisa-swot.html](http://andikawigunatambusai.blogspot.com/p/analisa-swot.html)

[Http//www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id)

<http://www.bloggerwin.com/2011/08/bni-syariah.html>

<http://www.scribd.com/doc/7537777/UU-No-21-Tahun-2008-tentang-Perbankan-Syariah>