

**ANALISIS SWOT PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH
PADA BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S.1)
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah

Disusun Oleh:

LELY FITRIANI

NIM: 1320210118

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI KUDUS
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2017**



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
KUDUS

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada

Yth. **Ketua STAIN Kudus**

 cq. Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

 di -

Kudus

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat, bahwa Skripsi Saudara: **LELY FITRIANI NIM: 1320210118** dengan judul "**Analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah Pada Bank Syariah Mandiri Kudus**" pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah setelah dikoreksi dan diteliti sesuai aturan proses pembimbingan, maka skripsi dimaksud dapat disetujui untuk dimunaqosahkan.

Oleh karena itu, mohon dengan hormat agar naskah skripsi tersebut diterima dan diajukan dalam program munaqosah sesuai jadwal yang direncanakan.

Demikian, kami sampaikan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kudus, 27 Maret 2017

Dosen Pembimbing

Wahibur Rokhman, SE, M.Si, Ph.D.

NIP. 19731028 200212 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
KUDUS

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lely Fitriani
NIM : 1320210118
Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Judul : "Analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah Pada Bank Syariah Mandiri Kudus"

Telah dimunaqosahkan oleh Tim Penguji Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus pada tanggal:

07 Juli 2017

Selanjutnya dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu (S.1) dalam Ilmu Syariah.

Kudus, 17 Juli 2017



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Any Ismayawati, SH, M.Hum
NIP. 19650511 200003 2 001

Penguji II

Lina Kushidayati, SHI, MA
NIP. 19800703 200912 2 002

Pembimbing

Wahibur Rokhman, SH, M.Si, Ph.D
NIP. 19731028 200212 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji III

Efa Ida Amaliyah, MA
NIP. 19791009 200901 2 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Lely Fitriani

NIM : 1320210118

Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Judul : **"ANALISIS SWOT PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH
PADA BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS"**

Saya menyatakan bahwa apa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip dan dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Kudus, 18 April 2017

Yang membuat pernyataan,



Lely Fitriani

NIM : 1320210118

MOTTO

MAN JADDA WAJADA



PERSEMBAHAN

Puji syukur alhamdulillah dan dengan segala kerendahan hati, ku persembahkan karya kecil ini untuk:

- Kedua orang tuaku, Bapak Budiono dan Ibu Nurma Suftiana terima kasih untuk kasih sayang yang tak pernah usai dalam hidupku adalah bagaimana kalian memberikan seluruh perhatian cinta dan do'a untukku yang senantiasa mengiringi langkahku.
- Untuk kakak dan adikku, Khoirul Amri dan Rizka Noor Budiarti. Terimakasih atas semangatnya.
- Terimakasih untuk sahabat-sahabatku, Puput, Laila, Eva, Eny, Tinuk, mbak Nala dan keluarga besar kelas D Ekonomi Syariah angkatan 2013, semoga kita selalu menjadi sahabat yang kompak dan saling mendukung.
- Crew Creative Printing Mas Huda, Prisa, Jokowi, Inggar, Mbak Atik, Ana, Lina. Terimakasih untuk semangat yang selalu hadir dari kejailan kalian. Semoga selalu menjadi tim kerja yang solid dan saling membantu menjadi pribadi yang lebih kuat dari biasanya.
- Untuk Mas Hamid, terimakasih telah meluangkan waktunya untuk selalu ada, memberi motivasi dan semangat dalam menyusun skripsi hingga selesai.
- Tak lupa untuk semua pihak yang telah membantuku untuk menyelesaikan skripsi ini.

Hanya ucapan terima kasih yang aku bisa berikan untuk kalian semuanya dan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas segala nikmat yang Allah SWT berikan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur *alhamdulillah* kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, Keluarga, Sahabat dan Umatnya. Amiin..

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS SWOT PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS”**, ini dapat terwujud berkat bantuan, bimbingan dan dorongan, serta perhatian dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kaih kepada :

1. Bapak Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I selaku Ketua STAIN Kudus yang telah merestui pembahasan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Abdurrahman Kasdi, Lc., M.Si, selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Kudus yang telah memberikan izin pembahasan skripsi ini.
3. Bapak Karebet Gunawan, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Bapak Wahibur Rokhman, SE, M.Si, Ph.D. Selaku Dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Hj. Azizah, S.Ag, M.M selaku Kepala Perpustakaan STAIN Kudus yang telah memberikan izin dan layanan perpustakaan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. H. Ahmad Fauzan, M.Ag selaku Dosen Wali Studi yang telah memberikan pengarahan selama mejadi mahasiswa STAIN Kudus.
7. Seluruh Dosen dan Jajaran Staf di lingkungan STAIN Kudus yang telah mebekali penulis berbagai pengetahuan sehingga penulis mampu

menyelesaikan skripsi ini dan menjadi manusia yang lebih luas cakrawala pemikirannya daripada sebelumnya.

8. Ibu Hendraratna AH selaku *branch manager* Bank Syariah Mandiri KC Kudus yang telah memberikan izin untuk penulisan skripsi ini.
9. Seluruh Staf dan Karyawan Bank Syariah Mandiri KC Kudus yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Ayah, Ibu, Adik- adik tersayang, Kerabat serta sahabat-sahabatku yang senantiasa mendoakanku, memotivasi, mendukung serta membantu baik berupa moral maupun material dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman-temanku mahasiswa Ekonomi Syariah yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu, membimbing dan mendukung penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga amal baik mereka semua di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, mendapat balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Amin ya robbal alamin....*

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dalam arti yang sesungguhnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya. *Amiin..*

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kudus, 18 April 2017

Penulis

Lely Fitriani
NIM: 1320210118

ABSTRAK

Lely Fitriani (NIM. 1320210118). Analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah Pada Bank Syariah Mandiri Kudus. Skripsi, Kudus: Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Kudus, 2017.

Tujuan penelitian ini untuk memperoleh data informasi yang digunakan untuk menganalisis SWOT pada pembiayaan pemilikan rumah di Bank Syariah Mandiri Kudus. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana keadaan pembiayaan pemilikan rumah di Bank Syariah Mandiri Kudus, bagaimana analisis pembiayaan pemilikan rumah dengan metode SWOT. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, metode wawancara, dan metode dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau menyimpulkan data.

Hasil penelitian menunjukkan analisis SWOT yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pembiayaan pemilikan rumah. Jumlah nasabah pembiayaan BSM Griya mulai tahun 2012 kurang lebih 195 karena rata-rata nasabah yang mengajukan pembiayaan BSM Griya setiap bulannya 3-5 nasabah. Dari tahun 2011-2015 menurut data statistik kependudukan mengenai jumlah rumah tangga di Kabupaten Kudus selalu mengalami kenaikan. Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa pembiayaan BSM Griya PT. Bank Syariah Mandiri Kudus sudah mampu bersaing di pasar persaingan yang kompetitif di wilayah kota Kudus. Berdasarkan interpretasi analisis SWOT, pengembangan strategi pemasaran produk BSM Griya yang dapat dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kudus adalah dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Perbankan Syariah.....	9
B. Pembiayaan	11
1. Pengertian Pembiayaan	11
2. Unsur-unsur Pembiayaan	13
3. Fungsi Pembiayaan	13
4. Jenis-jenis Pembiayaan	14
5. Pembiayaan Jual Beli	15
C. KPR Syariah.....	17
D. Strategi Pemasaran	21
E. Analisis SWOT (<i>Strength, Weaknes, Opportunity, Threat</i>).....	25

1. Pengertian SWOT (<i>Strenght, Weaknes, Oppotunity, Threat</i>)	25
2. Matriks Analisis SWOT	27
F. Hasil Penelitian Terdahulu	28
G. Kerangka Berpikir	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	32
B. Sumber Data	34
C. Lokasi Peneltian	35
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Uji Keabsahan Data	36
F. Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri	40
1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri Indonesia	40
2. Profil PT. Bank Syariah Mandiri Indonesia	42
3. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri Kudus	43
4. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri Kudus	44
5. Budaya PT. Bank Syariah Mandiri Kudus	44
6. Sistem PT. Bank Syariah Mandiri Kudus	46
7. Prinsip Operasi PT. Bank Syariah Mandiri Kudus	47
8. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Kudus	48
9. Gambaran Umum Produk PT. Bank Syariah Mandiri Kudus	49
B. Data Penelitian	51
1. Kondisi Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Mandiri Kudus	51
2. Analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Mandiri Kudus	54

C. Analisis dan Pembahasan.....	58
1. Analisis Kondisi Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Mandiri Kudus	58
2. Analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Mandiri Kudus	61
3. Strategi Pemasaran berdasarkan Matrik SWOT PT. Bank Syariah Mandiri Kudus	66

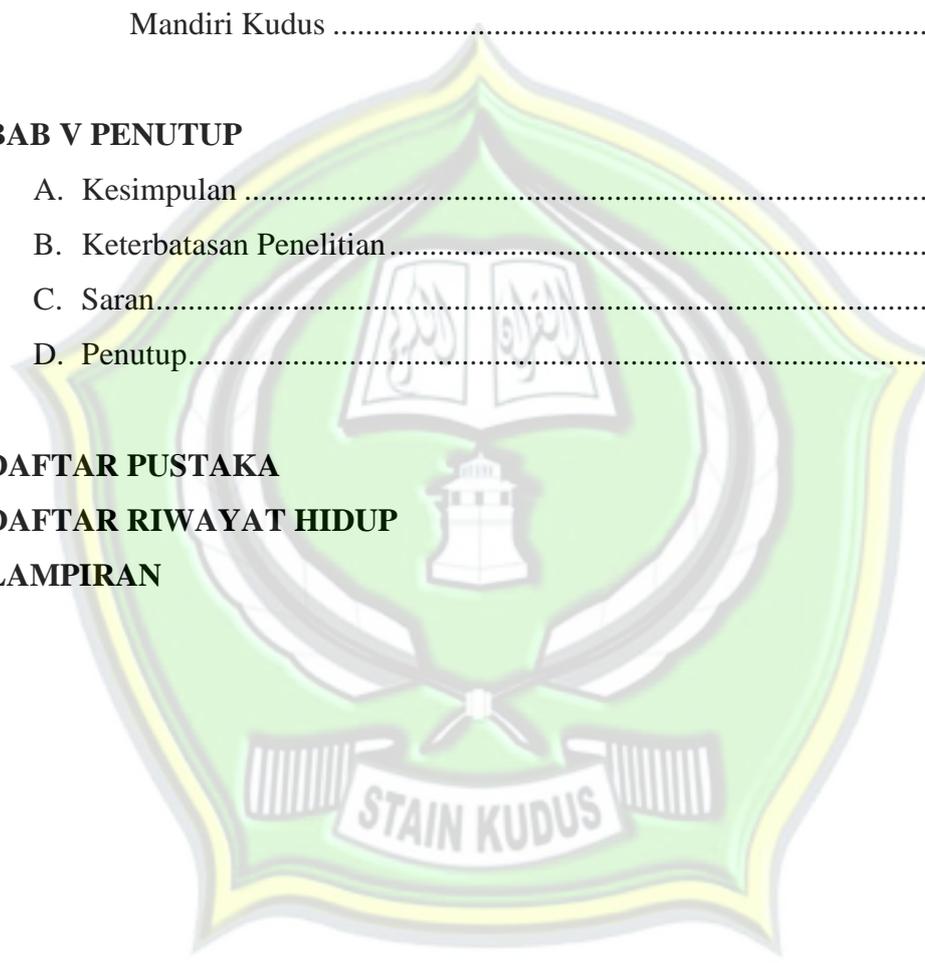
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Keterbatasan Penelitian.....	71
C. Saran.....	71
D. Penutup.....	72

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional..... 10



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah menjadi fenomena baru dalam sistem perbankan nasional. Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia saat ini sudah mengalami peningkatan yang cukup pesat serta mulai mendapatkan tempat di hati masyarakat. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah, dalam kegiatannya bank syariah tidak menggunakan sistem bunga melainkan bagi hasil. Keberadaan bank syariah di Indonesia sangat berpengaruh bagi kegiatan ekonomi dan menjadi pesaing yang harus dipertimbangkan bagi bank konvensional. Mudahnya bank syariah diterima di Indonesia dikarenakan mayoritas penduduk di Indonesia bergama Islam.

Munculnya bank baru yang berorientasi syariah mengindikasikan bahwa bank syariah mempunyai prospek yang cerah dan pasar yang sangat potensial. Secara umum menabung di bank syariah dengan bank konvensional hampir tidak ada perbedaan. Hal ini karena, baik di bank syariah maupun bank konvensional diharuskan mengikuti aturan teknis perbankan secara umum. Akan tetapi bila diamati lebih dalam, terdapat beberapa perbedaan mendasar di antara keduanya. Perbedaan yang paling mendasar terletak pada akadnya.

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya ialah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha¹.

Pada bank syariah, semua transaksi harus berdasarkan akad yang dibenarkan oleh syariah. Dengan demikian, semua transaksi itu harus

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2011, hlm.32.

mengikuti kaidah dan aturan yang berlaku pada akad-akad muamalah syariah. Meskipun di Indonesia mempunyai prospek yang cerah dan pasar yang sangat potensial, namun sebagian masyarakat masih beranggapan bahwa pembiayaan pada bank syariah lebih mahal dibandingkan dengan kredit pada bank konvensional.

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa.² Fungsi penyaluran dana pada bank syariah biasanya terdiri dari jual beli, bagi hasil, pembiayaan, pinjaman dan investasi khusus.

Bank Syariah Mandiri Kudus adalah salah satu bank yang menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah. Perkembangan lembaga-lembaga keuangan Islam tergolong cepat, dan salah satu alasannya adalah karena adanya keyakinan kuat di kalangan muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam. Ada beberapa produk Bank Syariah Mandiri Kudus seperti produk pendanaan dan pembiayaan.

Produk pendanaan di Bank Syariah Mandiri Kudus terdiri dari tabungan BSM dan mabrur junior. Tabungan BSM merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM. Kemudian tabungan mabrur junior merupakan tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah bagi anak.

Selain produk pendanaan, Bank Syariah Mandiri Kudus juga menawarkan beberapa produk pembiayaan seperti pembiayaan warung mikro, pembiayaan gadai dan cicil emas, pembiayaan pensiunan dan pembiayaan pemilikan rumah. Pembiayaan warung mikro difokuskan untuk membiayai usaha mikro yang limit pendanaannya sampai 100.000.000 rupiah. Produk pembiayaan selanjutnya adalah BSM gadai emas merupakan produk

² *Ibid*, hlm.39.

pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif untuk memperoleh uang tunai secara cepat, gadai emas ini diperuntukkan untuk perorangan dengan jaminan yang bisa diterima berupa perhiasan dan logam mulia. Bank Syariah Mandiri juga menawarkan produk pembiayaan pensiunan. Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau ijarah. Bank Syariah Mandiri juga menawarkan produk pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) atau lebih dikenal dengan sebutan BSM Griya.

Pembiayaan BSM Griya adalah fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk pembiayaan pemilikan rumah tinggal. Pembiayaan BSM Griya merupakan pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* dengan sistem *murabahah*. *Murabahah* adalah menjual barang dengan harga jual sebesar harga perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan harga perolehan barang tersebut kepada pembeli. (PSAK 102 Paragraf 5)³

Manfaat yang bisa diterima dari BSM Griya adalah membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, nasabah dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian. Fleksibel untuk rumah baru, rumah *second*, renovasi rumah, *take over*, apartemen dan kavling siap bangun dengan proses yang mudah dan cepat.

Untuk persyaratan pengajuan pembiayaan BSM Griya sendiri cukup mudah diantaranya WNI cakap hukum. Kemudian usia karyawan minimal 21 tahun dan pada saat jatuh tempo pembiayaan usia maksimal 55 tahun atau belum pensiun. Sedangkan untuk wiraswasta dan profesional pada saat jatuh tempo fasilitas pembiayaan usia maksimal 60 tahun.

³ PSAK 102 Paragraf 5

Pada saat ini, tiap-tiap bank dituntut untuk dapat membuat strategi pemasaran dalam memberikan atau meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar sasaran perusahaan tercapai. Strategi pemasaran perbankan kini dilakukan secara terpadu sebagai usaha untuk memuaskan keinginan nasabah. Secara umum strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Bauran pemasaran (*marketing mix*) sangat menentukan keberhasilan dalam merebut pasar. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak bagi bank untuk mengenalkan dan memasarkan keunggulan produk-produknya. Tetapi strategi pemasaran tidak akan optimal bila produk yang ditawarkan kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan produk pesaing.

Minat nasabah yang semakin banyak terhadap pembiayaan membuat manajemen unit bisnis sekarang perlu mengetahui informasi tentang lingkungan yang harus dipantau dan dipahami jika unit bisnisnya ingin mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Setiap unit bisnis harus dievaluasi kekuatan dan kelemahannya secara periodik. Analisis ini memberikan kesimpulan bahwa meskipun suatu bisnis memiliki kekuatan yang tinggi pada faktor tertentu, kekuatan ini tidak langsung merupakan keunggulan bersaing. Pertama, barangkali kompetensi itu tidak begitu penting bagi para pelanggan di pasar. Kedua, meskipun kompetensi diperlukan, mungkin saja para pesaing lain memiliki kekuatan sederajat.⁴

Unit bisnis harus menyusun kategori faktor-faktor lingkungan makro dan menyusun sistem intelegensi pemasaran untuk memperkirakan kecenderungan dan perkembangan. Para pemasar di perusahaan harus mengidentifikasi peluang dan hambatan nyata. Salah satu tujuan pokok analisis lingkungan adalah untuk mengenali adanya peluang-peluang baru. Peluang pemasaran perusahaan adalah sebuah gelanggang yang menarik untuk

⁴ Irawan dkk, *Pemasaran Prinsip dan Kasus*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, 1996, hlm.30 .

kegiatan pemasaran perusahaan di mana perusahaan tertentu akan meraih keunggulan bersaing.⁵

Kegiatan pemasaran dilaksanakan mulai dari perencanaan, penentuan produk, harga, distribusinya yang bertujuan untuk memuaskan konsumen atau nasabah maka dalam kegiatan pemasarannya diperlukan suatu konsep strategi sehingga produk yang ditawarkan diminati oleh nasabah. Mengingat kegiatan tersebut tidak mudah dan persaingan yang dihadapi juga sangat ketat maka bank syariah dituntut untuk bergerak cepat dan lebih inovatif dalam menetapkan strategi yang sesuai dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Pembiayaan pemilikan rumah di Bank Syariah Mandiri memiliki nasabah sebanyak 195 orang. Pembiayaan ini menggunakan akad *murabahah*. Kredit adalah sesuatu yang dibayar secara berangsur-angsur, baik itu jual beli maupun dalam pinjam-meminjam.⁶ Sedangkan *murabahah* adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu⁷. Pembiayaan *murabahah* adalah jual beli komoditas dengan pembayaran tangguh, jadi bukan merupakan pinjaman yang diberikan dengan bunga. Dari berbagai produk pembiayaan yang ada di BSM Kudus produk BSM Griya masih relatif rendah peminatnya bila dibandingkan dengan produk pembiayaan yang lain yang menjadi produk unggulan. Jika dilihat dari jumlah penduduk di Kabupaten Kudus yang mencapai lebih dari 800.000 jiwa dan 207.319 rumah tangga⁸, minat pada pembiayaan pemilikan rumah di BSM Kudus masih relatif rendah meskipun telah banyak dilakukan kegiatan pemasaran. Saat ini semakin banyak bank yang menawarkan KPR syariah. Jumlah penyedia produk KPR bank konvensional maupun syariah di Indonesia sampai saat ini berjumlah 90. Untuk bank konvensional menurut

⁵ *Ibid*, hlm. 31.

⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014, hlm.299.

⁷ *Ibid*, hlm.138.

⁸ kuduskab.bps.go.id diakses pada tanggal 15 Juli 2017 pukul 19.00 WIB

data di Bank Indonesia berjumlah 82 bank.⁹ Sedangkan bank syariah berjumlah 8 bank.¹⁰ Sebab pasarnya semakin tumbuh. Ini membuat persaingan semakin ketat. Persaingan yang terjadi dalam perbankan syariah sangat ketat, bukan hanya dari bank syariah nasional tetapi juga asing yang telah memasuki konsep syariah. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang “**ANALISIS SWOT PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS**”.

B. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian difokuskan pada analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah Pada Bank Syariah Mandiri Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi pembiayaan pemilikan rumah di Bank Syariah Mandiri Kudus?
2. Bagaimana analisis SWOT pembiayaan pemilikan rumah pada Bank Syariah Mandiri Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kondisi pembiayaan pemilikan rumah di Bank Syariah Mandiri Kudus.
2. Menganalisis pembiayaan pemilikan rumah pada Bank Syariah Mandiri Kudus dengan menggunakan metode SWOT.

⁹ www.bi.go.id diakses pada tanggal 17 Juli 2017 pukul 19.00 WIB.

¹⁰ *Ibid*

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini, secara kongkrit dapat dikategorikan atas 2 (dua) manfaat yaitu:

1. Bagi penulis sendiri, bermanfaat menambah wawasan, menerapkan dan mengembangkan seluruh teori yang telah diperoleh semasa perkuliahan serta mendapat pengetahuan dan keterampilan.
2. Bagi Institusi, sebagai bahan pertimbangan dan koreksi dalam rangka penyempurnaan sistem agar lebih baik ke depannya.

F. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan penjelasan, pemahaman dan penelaahan pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penulis skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian yang berada sebelum tubuh karangan yang meliputi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini membuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teoritis

Dalam bab ini berisi tinjauan pustaka yang menunjang dilakukannya penelitian ini. Yang meliputi Perbankan Syariah, Pembiayaan, KPR Syariah, Murabahah, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Hasil Penelitian Terdahulu, Kerangka Berpikir.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data yang digunakan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum obyek mengenai Bank Syariah Mandiri Kudus, hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis SWOT pembiayaan pemilikan rumah di Bank Syariah Mandiri Kudus.

BAB V : Penutup

Merupakan bagian akhir dari skripsi ini, berisi kesimpulan, implikasi penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka yaitu buku-buku yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi dan lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perbankan Syariah

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia, masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu kena dampak krisis moneter. Pada tahun 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua di Indonesia.¹

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya ialah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha.²

Pada umumnya yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dari jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang yang merupakan barang dagangan utamanya.³

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2011, hlm.31.

² *Ibid*, hlm. 32.

³ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta, 2003, hlm.27.

Dalam pasal 1 angka 7 UU No. 10 Tahun 2008 disebutkan:

Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁴

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa.⁵

Fungsi dan peran bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*), sebagai berikut:

- a. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
- b. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
- d. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.⁶

Tabel 2.1

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No.	Bank Syariah	No.	Bank Konvensional
1.	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan.	1.	Investasi, tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan.
2.	<i>Return</i> yang dibayar dan/atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya	2.	<i>Return</i> bank yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana dan <i>return</i> yang diterima

⁴ Pasal 1 angka 7 UU No. 21 Tahun 2008.

⁵ Ismail, *Loc.Cit*, hlm.39.

⁶ Heri Sudarsono, *Loc.Cit*, hlm.39-40

	berdasarkan prinsip syariah.		dari nasabah pengguna dana berupa bunga.
3.	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah Islam.	3.	Perjanjian menggunakan hukum positif.
4.	Orientasi pembiayaan, tidak hanya untuk keuntungan akan tetapi juga falah <i>oriented</i> , yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.	4.	Orientasi pembiayaan, untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.
5.	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra.	5.	Hubungan antara nasabah dan bank adalah kreditor dan debitur.
6.	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).	6.	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan Komisaris
7.	Penyelesaian sengketa, di upayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama.	7.	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat.

Sumber: Ismail (2011: Bab 3)⁷

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *defisit unit*.⁸

Penjelasan prinsip syariah sebagaimana tersebut dalam pasal 1 angka 13 UU No. 10 Tahun 1998 kemudian diganti dalam pasal 1 angka 25 Undang-undang No. 21 Tahun 2008, sebagai akad pembiayaan.

Disebutkan:

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

⁷ *Op.Cit*, hlm.38.

⁸ Rifaat Ahmad Abdul Karim "The Impact of the Basle Capital Adequacy Ratio Regulation on the Financial Strategy of Islamic Banks" dalam *Proceeding of the 9th Expert Level Conference on Islamic Banking*, disponsori oleh Bank Indonesia dan International Association of Islamic Banks, 7-8 April 1995, Jakarta, dikutip dari Syafi'i Antonio, Muhammad, "*Bank Syariah dari Teori ke Praktik*" (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 160.

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*;
- b. Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*;
- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna*';
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh; dan
- e. Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan/ atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai da/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil.⁹

Kegiatan pembiayaan di sektor perbankan biasanya melibatkan dua pihak yaitu pihak yang mempunyai kelebihan dana (bank) dan pihak yang membutuhkan dana. Dalam kehidupan keseharian kita lebih mengenalnya dengan kata kredit. Dalam kredit keuntungan berbasis bunga (*interest based*), sedangkan dalam pembiayaan (*financing*) berbasis pada keuntungan riil yang dikehendaki (*margin*) atau pun bagi hasil (*profit sharing*).¹⁰ Fakta menyebutkan bahwa Islam melarang setiap pembungaan uang, namun bukan berarti Islam melarang kredit.

Pinjaman atau utang dapat dibagi ke dalam dua jenis (a) pinjaman yang tidak menghasilkan (*unproductive debt*), yaitu pinjaman yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan (b) pinjaman yang membawa hasil (*income producing debt*), yaitu pinjaman yang dibutuhkan seseorang untuk menjalankan suatu usaha.

Biasanya untuk kegiatan jual beli dengan sistem tangguh harus ada uang muka. Uang muka adalah jumlah yang dibayar oleh pembeli kepada penjual sebagai bukti komitmen untuk membeli barang dari penjual. (PSAK 102 Paragraf 8)¹¹

⁹ Pasal 1 angka 25 Undang-undang No. 21 Tahun 2008.

¹⁰ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Teras, Yogyakarta, 2012. Hlm.

¹¹ PSAK 102 Paragraf 8.

2. Unsur-unsur Pembiayaan

a. Bank Syariah

Merupakan badan usaha yang memberikan pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana.

b. Mitra Usaha

Merupakan pihak yang mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, atau pengguna dana yang disalurkan oleh bank syariah.

c. Kepercayaan

Bank syariah memberikan kepercayaan kepada pihak yang menerima pembiayaan bahwa mitra akan memenuhi kewajiban untuk mengembalikan dana bank syariah sesuai dengan jangka waktu tertentu yang diperjanjikan.

d. Akad

Akad merupakan suatu kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara bank syariah dan pihak nasabah/mitra.

e. Risiko

Risiko pembiayaan merupakan kemungkinan kerugian yang akan timbul karena dana yang disalurkan tidak dapat kembali.

f. Jangka Waktu

Merupakan periode waktu yang diperlukan oleh nasabah untuk membayar kembali pembiayaan yang telah diberikan oleh bank syariah.

g. Balas Jasa

Sebagai balas jasa atas dana yang disalurkan oleh bank syariah, maka nasabah membayar sejumlah tertentu sesuai dengan akad yang telah disepakati.¹²

3. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diselenggarakan oleh Bank Syariah secara umum berfungsi untuk:

a. Meningkatkan daya guna uang

¹² Ismail, *Loc. Cit*, hlm.107-108.

- b. Meningkatkan daya guna barang
- c. Meningkatkan peredaran uang
- d. Menimbulkan kegairahan berusaha
- e. Stabilitas ekonomi
- f. Jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional

Dari fungsi di atas bisa dikatakan bahwa, masyarakat yang memiliki uang berlebih dan dititipkan di bank maka uang tersebut akan dimanfaatkan oleh orang lain untuk usaha, sehingga mendapatkan hasil. Hasil tersebut kemudian diberikan sesuai proporsi dan nisbah yang ditentukan nasabah penyimpan dana dan juga bank sebagai pengelola.¹³

4. Jenis-jenis Pembiayaan

Secara umum jenis-jenis pembiayaan adalah sebagai berikut:

a. Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal kerja maksimum 1 (satu) tahun. Perpanjangan fasilitas Pembiayaan Modal (PMK) dilakukan atas dasar hasil analisis terhadap debitur dan fasilitas pembiayaan secara keseluruhan.

b. Pembiayaan Investasi Syariah

Pembiayaan investasi adalah pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk pembelian barang-barang modal yang diperlukan untuk pendirian proyek baru, rehabilitasi, modernisasi, ekspansi, dan relokasi proyek.

c. Pembiayaan Konsumtif Syariah

Pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

¹³ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta, Kalimedia, 2015, hlm. 8-11

d. Pembiayaan Sindikasi

Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk satu objek pembiayaan tertentu. Pembiayaan sindikasi biasanya diperlukan kepada nasabah korporasi karena nilai transaksinya sangat besar.¹⁴

5. Pembiayaan Jual Beli

Salah satu pembiayaan yang dikenal di bank syariah adalah pembiayaan yang menggunakan akad jual beli. Akad atau perjanjian jual beli secara teknis dapat diterapkan dalam dunia perbankan khususnya perbankan syariah. Dengan memanfaatkan konsep akad jual beli dapat menjadikan transaksi yang ada di perbankan dapat terhindar dari riba. Adapun penggunaan akad jual beli dalam bank Islam tampak dalam produk *Murabahah*, *bai' al-Istishna*, dan *Salam*.¹⁵

Jual beli atau perdagangan dalam istilah *fiqh* disebut *al-ba'i* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an salah satunya :

- Surat al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَاَ^ع

Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.....

- Surat an-Nisa' ayat 29

.... إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ^ع

.... kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.....

¹⁴ *Ibid*, hlm. 13-21.

¹⁵ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm. 134.

- Al-Hadits

Dari Suhaib ar-Rumi r.a. bahwa Rasulullah saw. bersabda, “Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.” (HR Ibnu Majah)

Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh *syara'*. Jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat:

- 1) Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli).
- 2) Ada *sighat* (*lafal* ijab dan kabul).
- 3) Ada barang yang dibeli.
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang.

Adapun syarat-syarat jual beli menurut jumhur ulama adalah:

- 1) Syarat orang yang berakad, berakal dan yang melakukan akad itu adalah orang berbeda.
- 2) Syarat yang terkait dengan Ijab Kabul, orang yang mengucapkannya telah balig dan berakal; kabul sesuai dengan ijab; ijab dan kabul itu dilakukan dalam satu majelis.
- 3) Syarat nilai tukar, harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya; boleh diserahkan pada waktu akad; apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan oleh *syara'*.
- 4) Syarat barang yang diperjualbelikan, barang itu ada; dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia; milik seseorang; boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.¹⁶

¹⁶ Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2010, hlm. 70-77.

Obyek jual beli, barangnya ada atau ada kesanggupan penjual untuk mengadakan barang yang akan dijual; barang yang akan dijual adalah milik sah penjual, yang dibuktikan dengan bukti kepemilikan; barang yang diperjualbelikan merupakan barang berwujud; barang yang diperjualbelikan adalah barang halal.¹⁷

C. KPR Syariah

Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) merupakan salah satu jenis kredit konsumtif yang didasarkan pada penggunaan kredit, yaitu untuk membeli, membangun, merenovasi dan memperluas rumah dengan pembayaran secara angsuran dengan besar angsuran per bulan tetap (pokok + bunga), dengan jangka waktu tertentu sesuai dengan kesanggupan Debitur. Pemasaran KPR ditujukan kepada masyarakat umum, baik yang berpenghasilan tetap, tidak tetap maupun kaum profesional, serta badan usaha baik yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum.¹⁸

KPR syariah adalah pembiayaan pemilikan rumah secara syariah.¹⁹ KPR Syariah merupakan salah satu produk yang dikeluarkan oleh bank-bank syariah (*Islamic Banking*). Saat ini sudah banyak bermunculan KPR syariah dimana-mana. Pada KPR syariah yang ditransaksikan adalah “barang” (dalam hal ini berupa rumah) dengan prinsip jual-beli (*murabahah*), bukan “uang” seperti KPR konvensional. Bank syariah seperti membelikan rumah yang hendak di KPR-kan, kemudian dijual kepada nasabah/debitur. Dengan cara ini pihak bank syariah akan menambahkan margin keuntungan dari harga jual rumah, lalu debitur membayarnya secara mencicil.²⁰ Merupakan salah satu produk pembiayaan Bank Syariah yang membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumtif), baik baru maupun

¹⁷ Ismail, *Perbankan Syariah*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2011, hlm.137-138.

¹⁸ Suhardjono, *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 2003, hlm.338.

¹⁹ Ahmad Ifham, *Ini Lho KPR Syariah!*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2017, hlm. 33

²⁰ Budi Santoso dan Ahmad Adhito, *Jangan Ambil KPR Sekarang!*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2101, hlm. 121.

bekas. Nasabah dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.²¹

Pada umumnya untuk mendapatkan kredit KPR harus dipenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- Umur calon peminjam minimum 21 tahun dan saat kredit lunas berusia maksimum 55 tahun.
- Menyerahkan foto copy identitas diri.
- Menyerahkan pas foto ukuran 4 x 6 suami istri.
- Untuk Karyawan Perusahaan (perorangan) melampirkan asli SK Pengangkatan Pegawai rekomendasi dari perusahaan.
- Untuk karyawan instansi/perusahaan yang menjalin kerjasama dengan bank (secara kolektif) melampirkan SK sebagai pegawai tetap, pernyataan tidak sedang menikmati pinjaman dari bank lain, surat pernyataan kesediaan debitur apabila pensiunnya dipercepat atau diberhentikan (PHK) atau berhenti bekerja atas permintaan pegawai sendiri, maka uang pensiun, uang pesangon maupun penerimaan lainnya yang diterima harus terlebih dahulu digunakan untuk melunasi kreditnya di bank (harus dituangkan dalam perjanjian kredit), surat keterangan dari instansi/perusahaan (pimpinan) tentang kesanggupan untuk melakukan pemotongan gaji para karyawannya (debitur) untuk kemudian disetorkan ke bank sebagai angsuran kredit sampai dengan lunas secara tertib, dan sebagainya.
- Menyampaikan surat penawaran dari *developer* tentang rumah, luas tanah dan bangunan, harga dan uang muka yang telah dibayar atau rencana anggaran biaya.
- Menyampaikan surat penawaran kontraktor (bagi pembangunan rumah atau renovasi).
- Menyampaikan surat penawaran penjual mengenai harga jual rumah bagi pembelian rumah bukan baru dari penjual *non developer*.²²

²¹ <https://lisensiujkt.files.wordpress.com/2010/05/kpr-syariah.pdf> diakses pada tanggal 3 Oktober 2016 pukul 20.54.

Dalam bank syariah proses pembiayaan memiliki tahapan-tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah yaitu:

1. Permohonan Pembiayaan

Tahap awal dari proses pembiayaan adalah permohonan pembiayaan yang dilakukan secara tertulis dari nasabah kepada *officer* bank. Namun implementasinya di bank syariah, permohonan bisa dilakukan secara lisan terlebih dahulu, kemudian ditindaklanjuti dengan permohonan tertulis.

2. Pengumpulan Data dan Investigasi

Data yang dibutuhkan oleh *officer* bank didasari pada kebutuhan dan tujuan pembiayaan. Untuk pembiayaan konsumtif, data yang diperlukan adalah data yang menggambarkan kemampuan nasabah untuk membayar pembiayaan dari penghasilan tetapnya. Sedangkan untuk pembiayaan produktif, data yang diperlukan adalah data yang dapat menggambarkan kemampuan usaha nasabah untuk melunasi pembiayaan.

Untuk mendukung kebenaran data yang diperoleh, *officer* bank dapat melakukan investigasi antara lain melakukan kunjungan langsung ke lapangan dan wawancara yang dapat dilakukan berkali-kali untuk meyakini data nasabah yang diberikan nasabah.

3. Analisa Pembiayaan

Analisa pembiayaan dapat dilakukan dengan berbagai metode sesuai kebijakan bank.

4. Persetujuan Pembiayaan

Tahapan demi tahapan dilakukan oleh bank syariah dalam menganalisis kelayakan nasabah dalam mendapatkan pembiayaan. Mulai dari permohonan pembiayaan, pengumpulan data dan investigasi hingga proses persetujuan pembiayaan. Proses persetujuan pembiayaan adalah proses penentuan disetujui atau tidaknya sebuah pembiayaan usaha. Proses ini bergantung pada kebijakan bank, yang disebut dengan Komite Pembiayaan.

²² *Ibid*, hlm. 339

5. Pengumpulan Data Tambahan

Proses ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan tambahan yang diperoleh dari disposisi Komite Pembiayaan. Pemenuhan persyaratan ini merupakan hal terpenting dan merupakan indikasi utama pada tindak lanjut pencairan dana.

6. Pengikatan

Tindakan selanjutnya yang dilakukan bank adalah proses pengikatan. Pengikatan ini meliputi pengikatan pembiayaan dan pengikatan jaminan.

7. Pencairan

Proses selanjutnya adalah pencairan fasilitas pembiayaan kepada nasabah. Sebelum melakukan proses pencairan, maka harus dilakukan pemeriksaan kembali semua kelengkapan yang harus dipenuhi sesuai disposisi Komite Pembiayaan pada proposal pembiayaan. Apabila semua persyaratan telah dilengkapi oleh nasabah, maka proses pencairan fasilitas dapat diberikan.²³

Pada umumnya, bank konvensional membatasi pemberian kredit untuk pemenuhan barang tertentu yang dapat disertai dengan bukti kepemilikan yang sah, seperti rumah dan kendaraan bermotor, yang kemudian menjadi barang jaminan utama (*main collateral*).²⁴

Sama seperti pembelian rumah pada umumnya, tentu saja akan ada juga biaya tambahan, seperti biaya notaris, bea balik nama, BPHTB, penilaian/apraisal, provisi, administrasi, dan sebagainya, bergantung pada kebijakan bank dan pengembang (*developer*). Untuk menegaskan komitmen konsumen, bank juga biasanya meminta konsumen untuk membayar uang muka atau *down payment* (DP) di awal.²⁵ Pada umumnya akad yang digunakan dalam pembiayaan pemilikan rumah adalah akad *murabahah*.

²³ Sunarto Zulkifli, *Pnaduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Zikrul Hakim, Jakarta, 2003, hlm. 138-154.

²⁴ Syafi'i Antonio, *Loc.Cit*, hlm. 168

²⁵ Ahmad Gozali, *Serba-serbi Kredit Syariah Jangan Ada Bunga di Antara Kita*, Elek Media Komputindo, Jakarta, 2010, hlm.30.

D. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya.²⁶

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis yang semakin turbulen.²⁷

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya.²⁸

Bisnis yang berorientasi nasabah, penyusunan rencana strategi pemasarannya harus mempertimbangkan aspek-aspek yang berkaitan dengan pasar.

1. Riset Pasar

Riset pasar dapat membantu tim manajemen mendefinisikan bisnis yang dapat memenuhi keinginan nasabah. Riset tersebut adalah proses mempelajari apa yang nasabah inginkan dan menentukan bagaimana cara memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Hal ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana reaksi nasabah terhadap program *marketing*, apakah sudah seperti yang diharapkan.

²⁶ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, 1994, hlm.124.

²⁷ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm. 119.

²⁸ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, 1994, hlm.124.

2. Segmentasi Pasar

Segmentasi merupakan dasar untuk memastikan bahwa setiap pasar itu terdiri atas beberapa segmen dan respons yang berbeda-beda. Setiap segmen terdapat para pembeli, pengguna yang mempunyai/mencerminkan:

- a. Peluang dan kebutuhan yang berbeda-beda
- b. Pola pembelian yang berbeda-beda
- c. Respons-tanggapan yang berbeda-beda terhadap berbagai macam penawaran.

Jika segmen itu sudah mapan, para pesaing tentu sudah beroperasi dalam segmen ini. Lebih lanjut para pesaing telah mengambil posisi pada segmen ini. Perusahaan harus mengidentifikasi posisi para pesaing yang ada sebelum menempatkan dirinya. Fakta inilah yang menunjukkan bahwa tidak satu pun perusahaan yang dapat mencapai pasar dengan memuaskan semua pembeli. Oleh karena itu, sebelum perusahaan menempatkan dirinya pada segmen-segmen pasar tersebut, harus mempelajari dirinci terlebih dulu peluang yang ada atau untuk menciptakan peluang pasar yang baru.

3. *Target Market*

Perusahaan berusaha memilih pasar yang dapat memberikan peluang maksimum untuk mencapai tujuan. Perusahaan akan menikmati keuntungan apabila memperoleh posisi tertentu di pasar sasaran.

Di tengah situasi persaingan industri keuangan, baik sesama industri keuangan syariah maupun dengan industri keuangan konvensional yang terus semakin ketat, maka para pengelola bank Islam (CEO, *marketer*, dan lainnya) harus mampu membidik pasar berdasarkan perpaduan konsep rasio, sentuhan hati dan jiwa calon nasabah, agar mereka tertarik dan lebih terikat kepada produk atau perusahaan, dan relasi yang terjadi bertahan lebih lama (*long term relationship*).

4. *Market Positioning*

Positioning (penempatan) adalah memberi identitas merek pada produk yang dapat membangun kepercayaan, keyakinan dan kompetensi tawaran *value* (*build a belief offering value system*) yang dapat diterima-diperoleh pelanggan.

5. Strategi Memasuki Pasar
 - a. Membeli perusahaan lain
 - b. Berkembang sendiri
 - c. Kerja sama dengan perusahaan lain

Unsur pokok dalam strategi pemasaran adalah *marketing mix*, yang oleh Stanton didefinisikan sebagai kombinasi dari empat variabel atau kegiatan inti:

- a. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi. Agar strategi produk lebih efektif dalam rangka mempengaruhi konsumen untuk tertarik dan membeli kemudian mereka menjadi puas maka harus mempelajari beberapa hal tentang strategi yaitu konsep produk, siklus kehidupan produk dan jenis-jenis produk.

- b. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi juga merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senanglalu membeli produk tersebut. Alat yang digunakan dalam mempromosikan produk ada beberapa cara yaitu:

- 1) Advertensi

Merupakan alat utama bagi pengusaha untuk mempengaruhi konsumennya. Advertensi ini dapat dilakukan oleh pengusaha lewat

surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi ataupun dalam bentuk poster.

2) Promosi penjualan

Merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya.

3) *Personal Selling*

Merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Kontak langsung akan dapat mempengaruhi secara lebih intensif para konsumennya karena dalam hal ini pengusaha dapat mengetahui keinginan dan selera konsumennya. Bentuk kontak langsung antara lain *doot to door*, *mail order*, *telephone selling*, dan *direct selling*.

4) Publisitas

Merupakan cara promosi dengan memuat berita tentang produk dan perusahaan yang menghasilkan produk tersebut di media massa.

c. Harga (*Price*)

Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar

d. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang sering tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Distribusi adalah merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan, serta menyampaikan barang yang dipasarkannya itu kepada konsumen.²⁹

²⁹ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*, CAPS, Jakarta, 2013, hlm. 206-207

E. Analisis SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity, Threat*)

1. Pengertian SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity, Threat*)

Analisis SWOT adalah analisis informasi yang diperoleh, dicari, atau diterima dari berbagai sumber hasil dari pertanyaan: apa yang sedang terjadi, kenapa terjadi, dimana terjadi dan kapan terjadi, yang semuanya berasal dari internal perusahaan dan eksternal berkaitan dengan usaha perusahaan. Analisis ini ditujukan untuk mengukur besarnya kekuatan dan kelemahan perusahaan secara keseluruhan, serta kesempatan dan ancaman yang ada di luar perusahaan.³⁰

Pendekatan SWOT merupakan suatu pendekatan yang paling terkenal selama ini, hampir tidak ada satu manajer pun yang tidak mengenal metode SWOT ini.³¹ Analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal di mana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki implikasi yang bagus dan mendalam bagi desain dari strategi yang berhasil.³²

Analisis SWOT adalah analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*Strenght, Weakness, Opportunity, and Threat*). Analisis SWOT merupakan identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor kekuatan dan

³⁰ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2016, hlm.41

³¹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, 2001, hlm.115.

³² John A. Pearch dan Richard B. Robinson, *Manajemen Strategis-Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Terj. Yanivi Bactiar dan Cristine, Salemba Empat, Jakarta, 2011, hlm.200.

kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan luar strategi yang menyajikan kombinasi terbaik di antara keempatnya.³³

SWOT merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan), *Weaknes* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), *Threat* (ancaman) yaitu :

a. *Strength* (Kekuatan)

Strength merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan.

b. *Weaknes* (Kelemahan)

Weaknes merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.

c. *Opportunity* (Peluang)

Opportunity merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Tren utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

d. *Threat* (Ancaman)

Threat merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli atau pemasok

³³ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2016, hlm.107

utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaruan peraturan dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan suatu perusahaan.

Analisis SWOT paling umum digunakan sebagai kerangka logis yang mengarahkan pembahasan dan refleksi mengenai situasi dan alternatif dasar suatu perusahaan. Analisis ini sering kali dilakukan sebagai rangkaian dari diskusi kelompok manajerial. apa yang dipandang seorang manajer sebagai peluang, mungkin dianggap sebagai ancaman oleh yang lain. Demikian pula halnya, kekuatan bagi seorang manajer mungkin merupakan kelemahan bagi yang lain. Kerangka SWOT menyediakan dasar yang terorganisasi untuk diskusi dan berbagi informasi secara mendalam, yang dapat memperbaiki kualitas pilihan dan keputusan yang kemudian diambil oleh mereka.³⁴

Tahap awal proses penetapan strategi adalah menaksir kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang dimiliki organisasi. Analisis SWOT memungkinkan organisasi memformulasikan dan mengimplementasikan strategi utama sebagai tahap lanjut pelaksanaan dan tujuan organisasi. Dalam analisis SWOT, informasi dikumpulkan dan dianalisis. Hasil analisis dapat menyebabkan perubahan pada misi, tujuan, kebijaksanaan, atau strategi yang sedang berjalan.

2. Matriks Analisis SWOT

Matriks adalah alat bantu untuk mengukur kekuatan, kelemahan, kesempatan dan peluang yang berguna membantu pengambilan keputusan.

³⁵

	<i>STRENGTH (S)</i> Daftar semua kekuatan yang dimiliki.	<i>WEAKNESS (W)</i> Daftar semua kelemahan yang dimiliki
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> Daftar semua peluang	Strategi SO Gunakan semua	Strategi WO Atasi semua

³⁴ *Ibid*, hlm. 201-202.

³⁵ Etika Sabariah, *Loc. Cit*, hlm. 56

yang dapat diidentifikasi.	kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.
<i>THREATS (T)</i> Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi.	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman.	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

Sumber : Kuncoro & Suharjono (2003: Bab 9)³⁶

Keterbatasan yang dipunyai analisis SWOT antara lain sebagai berikut:

- Kekuatan tidak selalu menjadi suatu keunggulan.
- Analisis SWOT terhadap lingkungan eksternal terlalu sempit.
- SWOT memberikan analisis pada keadaan statis dan tidak dinamis.
- SWOT terlalu menekankan pada strategi satu dimensi.³⁷

F. Hasil Penelitian Terdahulu

- Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 12, 2014, “Strategi Pembiayaan Kepemilikan Rumah Bank Syariah Studi Kasus PT.BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah oleh Bank BNI Syariah Cabang Dharmawangsa di Surabaya.

Hasil dari penelitian ini adalah dalam memasarkan produk perbankan syariah mengutamakan prinsip *relationship* dan juga layanan *service excellent* tanpa membedakan nasabah tersebut dari agama, suku, dan ras dengan berlandaskan prinsip syariah. Dimana kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) dan *Product Differentiation*, merupakan salah satu faktor yang menentukan produk yang ditawarkan mampu bersaing dengan para pesaing di pasar bisnis yang sama.

³⁶ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?*, Erlangga, Jakarta, 2005, hlm. 52.

³⁷ *Ibid*, hlm. 53.

2. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 12 No. 1, Juni 2013, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Murabahah* Pada Bank X Syariah Cabang Tangerang Selatan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pemasaran dari “produk pembiayaan *Murabahah*” dari Bank X Syariah, yang paling tepat agar dapat memenangkan persaingan.

Hasil dari penelitian ini didapat strategi pertumbuhan atau *growth strategy*. Strategi ini dipilih karena hasil perhitungan berada pada kuadran 1 dimana total *weighted score* peluang-ancaman sebesar 3.21 sedangkan hasil *weighted score* kekuatan-kekuatan sebesar 3.31. posisi pada kuadran ini sangat menguntungkan dan dapat dipasarkan secara maksimal dengan menerapkan kebijakan bauran pemasaran seperti kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan tempat dan kebijakan promosi yang mendukung pertumbuhan yang agresif dari produk pembiayaan *murabahah*.

3. Jurnal Modernisasi, Vol. 10, No. 2, Juni 2014, “Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada PT. Panin Bank Syariah, Tbk. Kantor Cabang Malang”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis posisi perusahaan dengan menggunakan metode SWOT serta menganalisis strategi yang digunakan dalam memasarkan produk pembiayaan oleh PT. Panin Bank Syariah, Tbk. Kantor Cabang Malang.

Hasil dari penelitian ini strategi pemasaran khususnya pemasaran produk pembiayaan yang diterapkan oleh PT. Panin Bank Syariah, Tbk. Kantor Cabang Malang meliputi beberapa strategi, yakni jemput bola, referal, membangun jaringan, memberikan *service excellent*, dan memberikan fasilitas yang memuaskan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, sehingga nasabah yang ada tidak akan lari dari bank. Kemudian hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa PT. Panin Bank Syariah, Tbk. Kantor Cabang Malang sudah bisa bersaing di pasar persaingan yang kompetitif yang ada di wilayah Malang.

4. Jurnal Kharulistiwa-Jurnal Pf Islamic Studies, Vol. 2 No. 1, Maret 2012, “Perbankan Syari’ah di Indonesia; Peluang dan Tantangannya (Pendekatan Analisis SWOT)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi perbankan syariah di Indonesia dengan pendekatan analisis SWOT.

Hasil dari penelitian ini adalah dengan sedikit pembinaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, peluang untuk berkembangnya Bank Syariah di Indonesia cukup besar. Kemudian ancaman terhadap dioperasikannya Bank Syariah cukup banyak terutama pemahaman tentang kemanfaatan bank dengan sistem bagi hasil.

5. Jurnal Sistem Informasi, 5(1), 2012, “Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetensi Pasar (Studi Kasus: Toko Pojok Madura)”. Tujuan dari penelitian ini adalah yang pertama, mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi jalannya bisnis pada Toko Pojok. Kedua, menggunakan metode SWOT untuk menganalisis posisi Toko Pojok dalam pasar berdasar faktor internal dan faktor eksternal.

Hasil penelitian ini terlihat bahwa posisi Toko Pojok berada di kuadran I, hal ini menunjukkan bahwa Toko Pojok memiliki kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) yang sangat bagus sehingga Toko Pojok masih mampu berkompetisi dengan usaha-usaha lain yang sejenis.

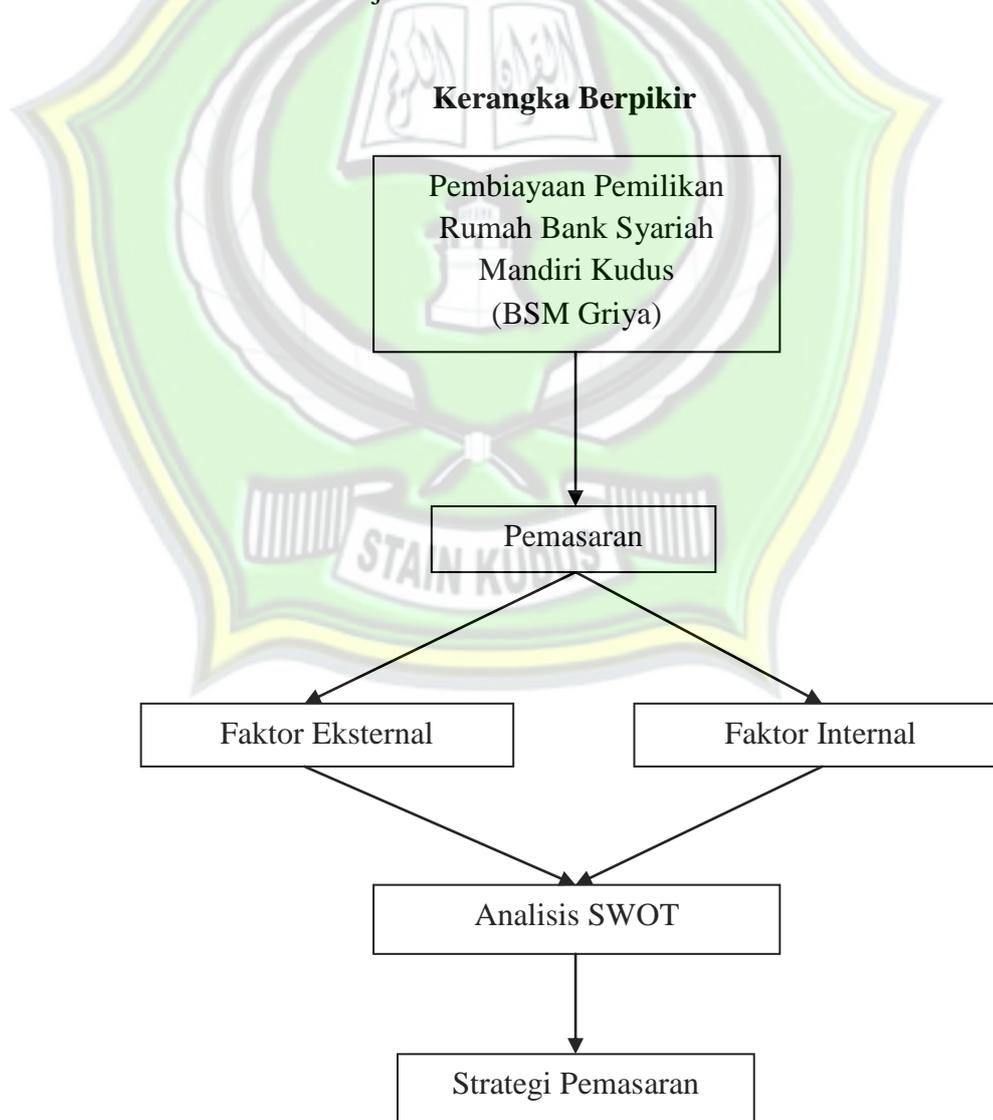
G. Kerangka Berpikir

Pembiayaan Pemilikan Rumah merupakan salah satu produk pembiayaan Bank Syariah yang membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumtif), baik baru maupun bekas. Nasabah dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.³⁸

Pembiayaan Pemilikan Rumah di Bank Syariah Mandiri menggunakan akad pembiayaan *murabahah* dengan pembayaran tangguh. Proses penelitian

³⁸ <https://lisensiujkt.files.wordpress.com/2010/05/kpr-syariah.pdf> diakses pada tanggal 3 Oktober 2016 pukul 20.54

dilakukan dengan metode observasi, wawancara serta dokumentasi. Kerangka pemikiran penelitian ini didasarkan pada analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah di Bank Syariah Mandiri Kudus. Dengan mengumpulkan data mengenai faktor-faktor mempengaruhi jalannya Pembiayaan Pemilikan Rumah pada Bank Syariah Mandiri Kudus kemudian menganalisis dengan analisis SWOT. Setelah data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi akad *murabahah* dalam Pembiayaan Pemilikan Rumah terkumpul akan diuji keabsahannya terlebih dahulu, dianalisis dengan analisis SWOT. Setelah dievaluasi penulis juga akan menganalisis menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menyimpulkan hasil penelitiannya, kemudian penulis akan memberikan rekomendasi jika dibutuhkan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antarfenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah. Hal ini bukan berarti bahwa pendekatan kualitatif sama sekali tidak menggunakan dukungan data kuantitatif akan tetapi penekanannya tidak pada pengujian hipotesis melainkan pada usaha menjawab pertanyaan penelitian melalui cara-cara berfikir formal dan argumentatif.¹

Metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.²

Dari segi analisisnya penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.³ Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk difahami dan disimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktualnya sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada data yang diperoleh.⁴

Pada penelitian ini setelah peneliti memperoleh data mengenai pembiayaan BSM Griya dengan menggunakan metode kualitatif kemudian data yang diperoleh tersebut dianalisis dan disajikan fakta-fakta yang ada agar lebih mudah dipahami kemudian disimpulkan.

¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001, hlm. 5.

² Masrukhin, *Metode Penelitian Pendidikan dan Kebijakan*, Media Ilmu Press, Kudus, 2010, hlm. 217.

³ Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988, hlm. 63.

⁴ *Loc.Cit.* Saifuddin Azwar, hlm. 6

Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian. Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi.⁵

Ciri dominan dari penelitian kualitatif, sebagai berikut:

- a. Data yang dikumpulkan bersifat data lunak (*soft data*), yaitu data yang secara mendalam mendeskripsikan orang, tempat, hasil percakapan, dan lain-lain.
- b. Semua data yang diperoleh kemudian dianalisis tidak dengan menggunakan skema berpikir statistik.
- c. Pertanyaan-pertanyaan penelitian tidak dirangkai oleh variabel-variabel operasional, melainkan dirumuskan untuk mengkaji semua kompleksitas yang ada dalam konteks penelitian.
- d. Meskipun peneliti dan pakar ilmu-ilmu sosial dan pendidikan dapat melakukan penelitian kualitatif dengan menggunakan suatu fokus pada saat mengumpulkan data, mereka tidak dapat mendekati permasalahan tersebut dengan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat uji hipotesis. Mereka menguji tingkah laku manusia dengan kerangka berpikir atau referensi mereka sendiri.
- e. Umumnya, peneliti mengumpulkan data melalui hubungan langsung dengan orang-orang pada situasi khusus, sedangkan pengaruh luar hanya bersifat sekunder.
- f. Prosedur kerja pengumpulan data yang paling umum dipakai adalah observasi partisipatif (*participant observation*) dan wawancara mendalam (*indepth interviewing*) dengan tetap membuka luas penggunaan teknik lainnya.⁶

⁵ *Ibid*, hlm. 7

⁶ Sudawarman Danim “Menjadi Peneliti Kualitatif” dalam buku Mukhamad Saekan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2010, hlm.10.

Pada penelitian ini menggambarkan situasi dan kejadian mengenai SWOT pembiayaan BSM Griya. Data yang diperoleh mengenai pembiayaan BSM Griya tersebut sudah sesuai dengan ciri dominan penelitian kualitatif dimana data yang diperoleh bersifat lunak dan pengumpulannya dengan melakukan observasi langsung ke Bank Syariah Mandiri Kudus serta wawancara dengan beberapa orang staff yang mampu memberikan informasi mengenai pembiayaan BSM Griya.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.⁷ Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya. Data Primer atau data tangan pertama, adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Dalam hal ini yang menjadi sumber data primer adalah manajer, staff maketing dan staff lainnya yang dibutuhkan dalam memperoleh data di Bank Syariah Mandiri Kudus.
2. Sumber data sekunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen seperti dokumen atau arsip yang didapat dari Bank Syariah Mandiri Kudus. Data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.⁸ Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah brosur mengenai pembiayaan pemilikan rumah, dokumen gambaran umum baik

⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedure Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 1993, hlm. 114.

⁸Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001, hlm. 91.

sejarah, visi dan misi, budaya maupun sistem di Bank Syariah Mandiri Kudus.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu di Bank Syariah Mandiri Kudus, yang beralamat di Ruko Ahmad Yani No.9. Jl. Ahmad Yani Kudus. Telp (0291) 439272.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini antara lain, sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka. Wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara atau dengan tanya jawab secara langsung. Pedoman wawancara digunakan untuk mengingatkan peneliti (pewawancara) mengenai aspek-aspek yang harus dibahas, juga menjadi daftar pengecek (*check list*) apakah aspek-aspek relevan tersebut dibahas atau ditanyakan.⁹ Metode ini penulis (*interviewer*) mengajukan pertanyaan kepada pihak atau staff Bank Syariah Mandiri Kudus dengan menggunakan pedoman wawancara.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Observasi dibutuhkan untuk memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya. Observasi dilakukan terhadap subjek, perilaku subjek selama

⁹ Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Pustaka Setia, Bandung, 2012, hlm. 131.

wawancara, interaksi subjek dengan peneliti, dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara.¹⁰ Metode ini penulis gunakan untuk mencocokkan data yang diperoleh dengan keadaan di lapangan yaitu data mengenai kondisi pembiayaan pemilikan rumah dan SWOT dari pembiayaan tersebut yang peneliti dapatkan melalui brosur dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan dan amati selama masa penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, tetapi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa, dan berguna bagi sumber data, bukti, informasi kealiamahan yang sukar diperoleh, sukar ditemukan, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki. Teknik ini biasanya digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa data sekunder (data yang telah dikumpulkan orang lain). Secara Prosedural, teknik ini sangat praktis sebab menggunakan benda-benda mati, yang seandainya terdapat kesalahan atau kurang jelasan bisa dilihat kembali data aslinya.¹¹ Metode dokumentasi ini peneliti gunakan untuk memperoleh data yang berupa struktur organisasi, tugas-tugas organisasi, serta mempelajari dokumen atau arsip tentang kebijakan dan faktor yang mempengaruhi jalannya Pembiayaan Pemilikan Rumah di Bank Syariah Mandiri Kudus.

E. Uji Keabsahan Data

Data atau informasi yang telah dikumpulkan dalam suatu penelitian kualitatif perlu diuji keabsahannya (kebenarannya) melalui teknik berikut:

¹⁰ *Ibid*, hlm. 134.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 183.

1. Trianggulasi metode: jika informasi atau data yang berasal dari hasil wawancara misalnya, perlu diuji dengan hasil observasi dan seterusnya.
2. Trianggulasi peneliti: jika informasi yang diperoleh salah seorang anggota tim peneliti, diuji oleh anggota tim yang lain.
3. Trianggulasi sumber: jika informasi tertentu misalnya dinyatakan kepada responden yang berbeda atau antara responden dan dokumentasi.
4. Trianggulasi situasi: bagaimana penuturan seorang responden jika dalam keadaan ada orang lain dibandingkan dalam keadaan sendirian.
5. Trianggulasi teori: apakah ada keparalelan penjelasan dan analisis atau tidak antara satu teori dengan teori yang lain terhadap data hasil penelitian.¹²

Pada penelitian ini uji keabsahan data yang peneliti gunakan adalah triangulasi metode, sumber, situasi dan teori. Untuk triangulasi metode data yang telah peneliti dapatkan melalui wawancara dengan beberapa staff dan nasabah akan peneliti cocokkan dengan hasil observasi dan dokumen selama masa penelitian. Kemudian triangulasi sumber peneliti mencocokkannya antara responden satu dengan yang lainnya apakah ada ketidaksamaan antar responden mengenai pembiayaan BSM Griya. Trianggulasi situasi peneliti terapkan selama proses wawancara yang peneliti lakukan beberapa kali untuk satu responden. Kemudian triangulasi teori peneliti terapkan selama menganalisis data hasil penelitian.

F. Analisis Data

Analisis data pada hakekatnya adalah pemberitahuan peneliti kepada pembaca tentang apa saja yang hendak dilakukan terhadap data yang sedang dan telah dikumpulkan, sebagai cara yang nantinya bisa memudahkan peneliti dalam memberi penjelasan dan mencari interpretasi dari responden atau menarik kesimpulan. Analisis data dalam penelitian dengan pendekatan

¹² Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, UMM Press, Malang, 2004, hlm. 82-83

kualitatif pada prinsipnya berproses secara *induksi-interpretasi-konseptualisasi*.

Induksi adalah ketika peneliti mengumpulkan dan menyajikan “tumpukan data”, sebagai tahap awal. *Interpretasi* data adalah ketika peneliti mulai menangkap secara remang-remang “benang merah” yang semakin lama semakin jelas, sehingga perbendaharaan data yang diperoleh “berani” memberi penjelasan terhadap tema “cerita responden” berupa pernyataan apa sebenarnya yang telah dialami para responden dan keinginan apa sesungguhnya yang tersembunyi di balik pandangan dan tindakan mereka.

Konseptualisasi, adalah ketika responden bersama peneliti memberikan pernyataan singkat (mengabstrakasi) tentang apa yang tersembunyi di balik cerita detail tentang rasionalitas tindakan konversi.¹³

Setelah data-data terkumpul, selanjutnya disusun secara sistematis dan dianalisa secara kualitatif dengan menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas,, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.¹⁴ Setelah wawancara dan observasi di BSM Kudus peneliti akan menulis pokok hasil penelitian yang akan digunakan untuk menunjang skripsi ini serta membuat transkrip wawancara.

¹³ Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, UMM Press, Malang, 2004, hlm. 81

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 247.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami.¹⁵ Data yang telah diperoleh dari penelitian di BSM Kudus akan peneliti sajikan dalam skripsi berupa data penelitian mengenai kondisi pembiayaan BSM Griya dan SWOT dalam pembiayaan BSM Griya tersebut.

3. Verifikasi atau Menyimpulkan Data

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁶ Setelah data disajikan maka langkah selanjutnya peneliti akan menganalisis data yang diperoleh mengenai kondisi pembiayaan BSM Griya dan analisis SWOT pembiayaan tersebut agar dapat ditarik kesimpulan.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 249.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 252.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri

1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri Indonesia

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

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon

atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.¹

¹ www.mandirisyahiah.co.id diakses pada tanggal 24 Februari 2017 pukul 19.28

2. Profil PT. Bank Syariah Mandiri Indonesia

a. Profil :

Nama	: PT Bank Syariah Mandiri (Perseroan Terbatas)
Alamat	: Wisma Mandiri I, Jl. MH. Thamrin No. 5 Jakarta 10340 – Indonesia
Telepon	: (62-21) 2300 509, 3983 9000 (Hunting)
Faksimili	: (62-21) 3983 2989
Situs Web	: www.syariahmandiri.co.id
Swift Code	: BSMDIDJA
Tanggal Berdiri	: 25 Oktober 1999
Tanggal Beroperasi	: 1 November 1999
Modal Dasar	: Rp2.500.000.000.000,-
Modal Disetor	: Rp2.489.021.935.000,-
Kantor Layanan	: 773 Kantor Cabang di seluruh provinsi di Indonesia
Jumlah jaringan ATM BSM	: 182,156 ATM (ATM BSM, ATM Mandiri, ATM Bersama termasuk ATM Mandiri dan ATM BSM, ATM Prima dan MEPS)
Jumlah Karyawan	: 16.648 orang (Per September 2016)

b. Kepemilikan Saham:

1. PT Bank Mandiri : 497.804.386 lembar saham
(Persero)Tbk. (99,9999998%)
2. PT Mandiri : 1 lembar saham (0,0000002%).
Sekuritas

- c. **Otoritas Pengawas** : **Otoritas Jasa Keuangan** Gedung Sumitro
Bank : Djojohadikusumo Jalan Lapangan
Banteng Timur No. 2-4 Jakarta 10710
Indonesia²

3. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri Kudus

a. Letak Geografis

Bank Syariah Mandiri Kudus terletak di Ruko Ahmad Yani No.9. Jl. Ahmad Yani Kudus. Telp (0291) 439272. Berada di pusat kota yang mudah untuk dijangkau dan ditemukan juga dilintasi angkutan umum yang semakin memudahkan masyarakat untuk datang ke kantor BSM Kudus.

b. Latar Belakang Historis

BSM Kudus merupakan bank yang berada dibawah naungan PT.Bank Mandiri. BSM Kudus ini Berdiri pada tanggal 5 September 2005. Selain itu berdirinya BSM Kudus juga tidak lepas dari keadaan masyarakat dikota Kudus yang bernuansa Islami, karena di Kudus memang belum ada bank umum syariah yang beroperasi pada waktu itu. Dengan adanya Bank Syariah Mandiri Kudus ini akan lebih membantu masyarakat sekitar untuk tidak lagi khawatir menggunakan jasa perbankan. Sehingga dengan dorongan itulah kota Kudus menjadi kantor cabang pembantu Bank Syariah Mandiri (BSM) yang ada di Semarang.³

² *Ibid.*

³ Hasil Observasi di Bank Syariah Mandiri Kudus pada tanggal 21 Februari 2017 pukul 16.15

4. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri Kudus

Visi

Bank Syariah Terdepan dan Modern (The Leading & Modern Sharia Bank)

Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.

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

Misi

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.⁴

5. Budaya PT. Bank Syariah Mandiri Kudus

Setelah melalui proses yang melibatkan seluruh jajaran pegawai, lahirlah nilai-nilai perusahaan yang baru dan disepakati bersama untuk di *shared* oleh seluruh pegawai BSM. *Shared Value* perusahaan ini disingkat “ETHIC”, yaitu:

⁴ *Ibid*

- a. *Excellence*
Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu.
- b. *Teamwork*
Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.
- c. *Humanity*
Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan religius.
- d. *Integrity*
Mentaati kode etik profesi dan berfikir serta berperilaku terpuji.
- e. *Customer Vocus*
Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan BSM sebagai mitra terpercaya dan menguntungkan.

Selain dengan adanya ETHIC tersebut, budaya dari BSM Kudus sebagai bank yang beroperasi atas dasar prinsip syari'ah Islam juga menetapkan budaya perusahaan yang mengacu pada *akhlakul karimah* (budi pekerti mulia) yang terangkum dalam lima pilar yang disingkat SIFAT, yaitu:

- a. *Siddiq (Integritas)*
Menjaga martabat dengan integritas, awali dengan niat dan hati tulus, berfikir jernih, bicara benar, sikap terpuji dan perilaku teladan.
- b. *Istiqomah (Konsisten)*
Konsisten adalah kunci menuju sukses. Pegang teguh komitmen, sikap optimis, pantang menyerah, kesabaran dan percaya diri.
- c. *Fathonah (Profesionalisme)*
Profesionalisme adalah gaya kerja bsm kudus. Semangat kerja berkelanjutan, cerdas inovatif dan trampil.
- d. *Amanah (Tanggung Jawab)*
Terpercaya dengan penuh tanggung jawab menjadi terpercaya cepat tanggap, obyektif, akurat dan disiplin.

e. *Tabligh (Kepemimpinan)*

Kepemimpinan berlandaskan kasih sayang selalu transparan membimbing, visioner, komunikatif dan memberdayakan.⁵

6. Sistem PT. Bank Syariah Mandiri Kudus

Sistem yang digunakan Bank Syariah Mandiri Kudus dalam melaksanakan kegiatan perbankan adalah:

- a. Islam memandang harta yang dimiliki oleh manusia adalah titipan atau amanah Allah SWT sehingga cara memperoleh, mengelola, dan memanfaatkannya harus sesuai dengan ajaran Islam.
- b. BSM Kudus mendorong nasabah untuk mengupayakan pengelolaan harta *nasabah* (simpanan) sesuai dengan ajaran Islam.
- c. Adanya kesempatan ikatan emosional yang kuat didasarkan prinsip keadilan, kesedrajan dan sistem ketentraman antara pemegang saham, pengelola bank dan nasabah atas jalanya usaha Bank Syari'ah.
- d. Prinsip bagi hasil.
- e. Penentuan besarnya bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung dan rugi.
- f. Besarnya nisbah bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
- g. Jumlah pembagian bagi hasil meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
- h. Tidak ada yang meragukan keuntungan bagi hasil.
- i. Bagi hasil tergantung kepada keuntungan proyek yang dijalankan. Jika proyek itu tidak mendapat keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.⁶

⁵ *Ibid*

⁶ *Ibid*

7. Prinsip Operasi PT. Bank Syariah Mandiri Kudus

Prinsip Operasi BSM Kudus mengacu pada prinsip-prinsip sebagai berikut:

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara Bank dan Nasabah.

b. Prinsip Kemitraan

Bank Syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank pada kedudukan yang sama dan sederajat dengan mitra usaha. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko dan keuntungan yang berimbang di antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank. Dalam hal ini bank berfungsi sebagai intermediasi institution lewat skim-skim pembiayaan yang dimilikinya.

c. Prinsip Keterbukaan

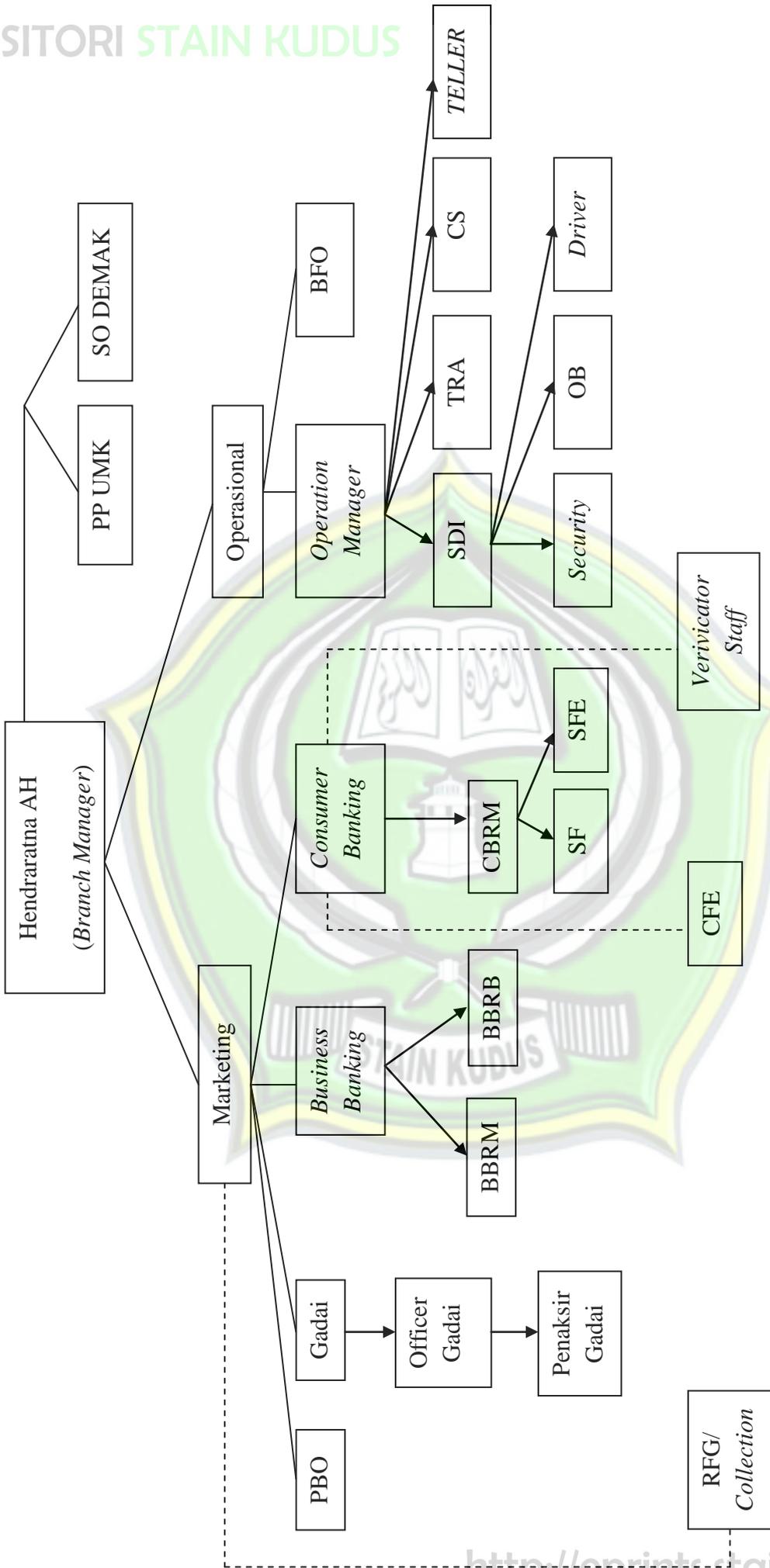
Melalui laporan keuangan bank yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank.

d. Universalitas

Bank dalam mendukung operasionalnya tidak membeda-bedakan suku, agama, ras dan golongan agama dalam masyarakat dengan prinsip Islam sebagai *rahmatan lil'alamiin*.⁷

⁷ *Ibid*

8. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Kudus



9. Gambaran Umum Produk PT. Bank Syariah Mandiri Kudus

Bank Syariah Mandiri Kudus adalah salah satu bank yang menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah. Perkembangan lembaga-lembaga keuangan Islam tergolong cepat, dan salah satu alasannya adalah karena adanya keyakinan kuat di kalangan muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam. Ada beberapa produk Bank Syariah Mandiri Kudus seperti produk pendanaan dan pembiayaan.

Produk pendanaan di Bank Syariah Mandiri Kudus terdiri dari beberapa produk. Pertama, tabungan BSM merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM. Karakteristik dari tabungan BSM adalah menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dengan setoran awal minimum Rp. 80.000,00 dan untuk setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,00. Persyaratan untuk membuka rekening tabungan BSM hanya kartu identitas dari nasabah berupa KTP/SIM/Paspor. Kedua adalah tabungan mabrur junior merupakan tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah bagi anak. Ketiga, tabungan investa cendekia yang merupakan tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

Keempat, tabungan berencana yang merupakan tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan. Kelima, tabungan simpatik, adalah tabungan berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati. Keenam deposito, merupakan investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

Selain produk pendanaan, Bank Syariah Mandiri Kudus juga menawarkan beberapa produk pembiayaan seperti pembiayaan warung mikro, pembiayaan gadai dan cicil emas, pembiayaan pensiunan dan

pembiayaan pemilikan rumah. Pembiayaan warung mikro difokuskan untuk membiayai usaha mikro yang limit pendanaannya sampai 100.000.000 rupiah. Produk pembiayaan selanjutnya adalah BSM gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif untuk memperoleh uang tunai secara cepat, gadai emas ini diperuntukkan untuk perorangan dengan jaminan yang bisa diterima berupa perhiasan dan logam mulia. Bank Syariah Mandiri juga menawarkan produk pembiayaan pensiunan. Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau ijarah. Bank Syariah Mandiri juga menawarkan produk pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) atau lebih dikenal dengan sebutan BSM Griya.

Manfaat yang bisa diterima dari BSM Griya adalah membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, nasabah dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian. Fleksibel untuk rumah baru, rumah *second*, renovasi rumah, *take over*, apartemen dan kavling siap bangun dengan proses yang mudah dan cepat.

Untuk persyaratan pengajuan pembiayaan BSM Griya sendiri cukup mudah diantaranya WNI cakap hukum. Kemudian usia karyawan minimal 21 tahun dan pada saat jatuh tempo pembiayaan usia maksimal 55 tahun atau belum pensiun. Sedangkan untuk wiraswasta dan profesional pada saat jatuh tempo fasilitas pembiayaan usia maksimal 60 tahun.⁸

⁸ *Ibid*

B. Data Penelitian

1. Kondisi Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Mandiri Kudus

Pembiayaan pemilikan rumah di BSM Kudus lebih dikenal dengan istilah BSM Griya, yakni fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk pembiayaan rumah tinggal. Sekarang ini sudah banyak bank yang berbasis syariah mempromosikan layanan pembiayaan pemilikan rumah. Akad yang digunakan dalam pembiayaan BSM Griya adalah akad Murabahah. Selain itu ada beberapa manfaat yang dapat dinikmati oleh nasabah:

a. Angsuran ringan dan pasti

Angsuran ringan disesuaikan dengan kemampuan nasabah dalam membayar karena sebelum dicairkan BSM akan menganalisa kemampuan nasabah dalam membayar angsurannya. Selain itu angsurannya bersifat tetap karena sejak awal akad nasabah sudah mengetahui jumlah hutang yang harus dibayar setiap bulannya tanpa khawatir hutangnya akan berubah bila suku bunga naik.

b. Proses yang mudah dan cepat.

Dengan melengkapi semua persyaratan maka pihak Bank Syariah Mandiri akan segera memproses pembiayaan agar terealisasi.

c. Fleksibel untuk rumah baru, rumah *second*, renovasi rumah, *take over*, apartemen dan kavling siap bangun.

Pembiayaan BSM Griya bukan hanya untuk rumah baru saja akan tetapi pembiayaan ini bisa digunakan untuk membiayai apartemen, rumah *second* dan lainnya.

d. Fasilitas *outodebet* dari tabungan BSM.

Nasabah dapat membayar angsuran dengan mendebet uang dari tabungan BSM.

e. Bebas biaya provisi dan appraisal.⁹

Selama proses pengajuan pembiayaan nasabah bebas biaya administrasi dan juga biaya analisis.

⁹ Brosur Pembiayaan Kepemilikan Rumah Bank Syariah Mandiri KC Kudus, tahun 2017

Klasifikasi rumah yang dijadikan obyek dalam pembiayaan BSM Griya ini adalah berupa pembelian rumah baru, rumah *second* atau untuk renovasi rumah. Seperti yang dikemukakan oleh Ibu Eka, bahwa:

“Klasifikasi rumah yang dibiayai itu rumah baru, rumah *second*, dan renovasi rumah. Kriterianya 3 itu. Kalau renovasi rumah itu kan rumahnya bisa dalam keadaan baru ataupun *second* kemudian dirombak sesuai keinginan orangnya”.¹⁰

Rumah yang bisa dibiayai juga memiliki kriteria tertentu misalnya jalan di depan rumah harus bisa dilalui motor dan juga mobil, tidak rawan bencana, tanahnya juga legalitas dan tidak ada masalah. Untuk mengajukan pembiayaan BSM Griya ini ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon nasabahnya:

- a. WNI cakap hukum
- b. Usia karyawan minimal 21 tahun dan pada saat jatuh tempo pembiayaan usia maksimal 55 tahun atau belum pensiun, sedangkan untuk wiraswasta dan profesional pada saat jatuh tempo fasilitas pembiayaan usia maksimal 60 tahun.¹¹

Dokumen yang diperlukan:

Dokumen Agunan	Rumah Baru	Rumah Bekas
Fotokopi Sertifikat HGB/HM	✓	✓
Fotokopi IMB dan Denah Bangunan	✓	✓
Fotokopi PBB (Tahun Terakhir)		✓

Dokumen Nasabah	Karyawan	Profesional	Wiraswasta
Fotokopi KTP Pemohon	✓	✓	✓
Fotokopi KTP Suami/Istri	✓	✓	✓
Fotokopi Kartu Keluarga &	✓	✓	✓

¹⁰ Hasil wawancara dengan Eka Aulia CBRM Bank Syariah Mandiri Kudus pada tanggal 21 Februari 2017 pukul 16.20

¹¹ Hasil wawancara dengan Anang Fahrul CFE Bank Syariah Mandiri Kudus pada tanggal 23 Februari 2017 pukul 16.10

Surat Nikah (Bila Menikah) / Surat Cerai			
Fotokopi SIUP, TDP dan Akta Pendirian Perusahaan			✓
Fotokopi Laporan Keuangan		✓	✓
Fotokopi Ijin Praktek		✓	
Asli Slip Gaji dan Surat Keterangan Pegawai Tetap	✓		
Fotokopi Rekening Koran atau Tabungan 3 Bulan Terakhir	✓	✓	✓
Fotokopi NPWP	✓	✓	✓

Pada umumnya, untuk mendapatkan pembiayaan BSM Griya harus memenuhi beberapa persyaratan dan prosedur yang telah ditetapkan. Ibu Eka mengatakan:

“Mekanisme pembiayaan BSM Griya itu hampir sama dengan bank lain. Jadi mengumpulkan berkas persyaratan dan dokumen yang dibutuhkan terlebih dahulu kemudian diajukan ke *marketing* yang menangani pembiayaan BSM Griya.”¹²

Setelah semua persyaratan terpenuhi dan telah diajukan kepada *marketing* yang menangani pembiayaan BSM Griya, selanjutnya diproses dan dianalisis atau diuji kelayakan dari data-data yang diperoleh. Ibu Eka mengatakan:

“Pendapatan dari calon nasabah yang mengajukan usulan pembiayaan diverifikasi terlebih dahulu dan dilakukan penilaian jaminan atau *appraisal*. Dalam hal ini jaminan yang dapat diberikan oleh nasabah berupa sertifikat hak milik dan IMBnya. berikutnya adalah semua data yang sudah ada dimasukkan ke bagian *processing*. Pertama, yaitu dilakukan analisa dari segi pendapatan dan agunan calon nasabah. Dianalisis apakah dengan pendapatan tersebut dapat men-*cover* pembiayaannya dan apakah agunannya layak untuk dibiayai sesuai dengan yang diajukan. Setelah dianalisa

¹² Hasil wawancara dengan Eka Aulia CBRM Bank Syariah Mandiri Kudus pada tanggal 21 Februari 2017 pukul 16.30

baru kemudian masuk ke sistem FOS (*Financing Operation System*) dan dilakukan *approval* atau persetujuan komite atau pemutus, dalam hal ini adalah pimpinan. Proses dari pengajuan sampai pencairan dana selama 14 hari kerja, atau dapat lebih cepat. Pembiayaan yang akan diperoleh dapat mencapai 90% dari nilai agunan untuk rumah baru, dan untuk rumah *second* mencapai 70% dari nilai agunan. Akad yang digunakan dalam pembiayaan BSM Griya ini adalah akad *murabahah*.¹³

Ibu Eka juga menambahkan bahwa BSM Kudus menganut 3 pilar, yaitu unit bisnis, *risk*, dan *appraisal* atau *operation*. Dari ketiga ini Bank Syariah Mandiri Kudus berbagi tugas. Pertama, unit bisnis sebagai pencari nasabah. Kedua, bagian *risk*, bertugas untuk menganalisa atau mengkaji dari sisi pendapatan apakah dapat *men-cover* pembiayaannya. Ketiga, yaitu *appraisal* atau *operation* yang bertugas menilai dari segi jaminannya apakah layak untuk dibiayai atau tidak.¹⁴

Jumlah nasabah pembiayaan BSM Griya mulai tahun 2012 kurang lebih 195 karena rata-rata nasabah yang mengajukan pembiayaan BSM Griya setiap bulannya 3-5 nasabah. seperti yang diungkapkan Bapak Anang, bahwa:

“Kalau jumlah nasabah rata-rata per bulannya itu 3-5 nasabah, minimal 3 nasabah, jadi kalau dari tahun 2012 sampai sekarang bisa dikalikan sendiri 3 x 12 kemudian dikalikan sampai tahun ini nanti kurang lebihnya itu.”

2. Analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Mandiri Kudus

Pendekatan SWOT merupakan suatu pendekatan yang paling terkenal selama ini, hampir tidak ada satu manajer pun yang tidak mengenal metode SWOT ini.¹⁵ Analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal di mana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada

¹³ Hasil wawancara dengan Eka Aulia CBRM Bank Syariah Mandiri Kudus pada tanggal 21 Februari 2017 pukul 16.30

¹⁴ *Ibid*

¹⁵ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, 2001, hlm.115.

asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki implikasi yang bagus dan mendalam bagi desain dari strategi yang berhasil.¹⁶

SWOT merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan), *Weaknes* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), *Threat* (ancaman). PT. Bank Syariah Mandiri Kudus mengembangkan strategi pemasarannya dengan analisis SWOT sebagai berikut:

a. *Strenght* (Kekuatan)

Bank Syariah Mandiri Kudus mempunyai beberapa kekuatan yang mendukung dalam memasarkan produk pembiayaan BSM Griya:

1) Dukungan pemerintah dan ulama

Peran pemerintah sangat penting karena dengan adanya pemerintah bank syariah bisa berdiri sampai sekarang, selain itu pembiayaan di bank syariah semua transaksi harus berdasarkan akad yang dibenarkan oleh syariah. Dengan demikian, semua transaksi itu harus mengikuti kaidah dan aturan yang berlaku pada akad-akad muamalah syariah.

2) Dengan prinsip syariah tersebut juga BSM Griya tidak terpengaruh oleh naik turunnya suku bunga yang berlaku, jadi angsurannya relatif stabil sesuai akad awalnya, dan lebih kompetitif atau lebih murah marginnya.

Seperti yang diungkapkan oleh nasabah pembiayaan BSM Griya Ibu Novi yang menyatakan alasannya memilih mengambil pembiayaan di BSM Kudus adalah karena melihat dari faktor angsurannya yang bertingkat, meskipun di awal terlihat lebih

¹⁶ John A. Pearch dan Richard B. Robinson, *Manajemen Strategis-Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Terj. Yanivi Bactiar dan Cristine, Salemba Empat, Jakarta, 2011, hlm.200.

mahal dari bank konvensional akan tetapi setelah berjalan angsurannya akan lebih murah, hal tersebut dinilai sangat memudahkan untuk beliau mengangsur. Selain Ibu Novi Bapak Dedi salah seorang karyawan swasta yang mengambil pembiayaan BSM Griya juga mengatakan hal yang serupa.

- 3) Jangka waktu pembiayaan yang relatif lama yaitu maksimal 15 tahun.
- 4) Jaringan kerja yang cukup luas membuat kegiatan pemasaran BSM Griya lebih mudah, apalagi Bank Syariah Mandiri Kudus telah bekerjasama dengan beberapa *developer* yang ada di Kudus untuk memudahkan calon nasabah dalam mengajukan pembiayaan untuk memiliki rumah tinggal.
- 5) Letak Bank Syariah Mandiri Kudus yang sangat strategis yaitu berada di pusat kota memudahkan nasabah untuk mengajukan pembiayaan BSM Griya.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Ada beberapa hambatan yang dihadapi Bank Syariah Mandiri Kudus dalam kegiatan pemasaran produk BSM Griya:

1) Produk yang kurang dikenal

Secara umum produk perbankan syariah masih kurang dikenal banyak masyarakat. Produk pembiayaan pemilikan rumah masih kurang dikenal karena istilahnya yang masih awam untuk masyarakat umum yang tidak terlalu mendalami Islam.

2) Proses pencairan dana pembiayaan lama

Dana yang diajukan tidak begitu saja bisa dicairkan karena ada beberapa prosedur yang harus dilalui dan biasanya memerlukan 14 hari kerja dan kadang bisa lebih bila administrasi kurang atau lokasi rumah yang dimaksud jauh dari BSM Kudus.

3) Segmentasi pasar yang terbatas

Untuk pembiayaan BSM Griya segmentasinya masih terbatas pada karyawan yang berpenghasilan tetap, seperti PNS dan

CPNS (memiliki SK CPNS), karyawan BUMN, BUMD, maupun BUMS, profesional. Untuk wiraswasta porsi yang diberikan masih sedikit karena penghasilan wiraswasta tidak menentu dan di Bank Syariah Mandiri cabang lain wiraswasta adalah penyumbang NPF terbesar.

c. *Opportunities* (Peluang)

Bank Syariah Mandiri Kudus mempunyai beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran produk BSM Griya:

- 1) Jumlah penduduk di Kabupaten Kudus yang semakin meningkat setiap tahunnya yaitu sejak tahun 2011-2015 jumlah penduduk di Kabupaten Kudus ini terutama dari sektor rumah tangga.
- 2) Peluang yang dapat diambil untuk kegiatan pemasaran BSM Griya yang paling utama adalah dari rekanan atau bekerjasama dengan perusahaan developer yang ada di Kudus. Langkah tersebut diambil karena dinilai sangat efektif dan efisien karena mempermudah pihak bank mendapatkan nasabah. Para calon nasabah yang menginginkan rumah mereka akan datang ke developer yang diinginkan kemudian developer akan memberi saran agar calon nasabah tersebut mengambil pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Kudus. Contoh developer yang telah bekerja sama dengan BSM Kudus adalah Kurnia Alam Perista dengan nama perumahannya Salam Indah, kemudian Wijaya Royal dengan nama perumahannya juga Wijaya Royal dan masih banyak lagi, hal tersebut dikemukakan oleh mbak Eka sebagai marketing yang menangani pembiayaan BSM Griya.
- 3) Mayoritas penduduk Kabupaten Kudus beragama Islam sehingga lebih mudah mendapatkan nasabah karena Bank Syariah Mandiri Kudus merupakan bank yang menganut prinsip syariah dimana dalam operasinya terbebas dari penyimpangan-penyimpangan. Selain itu BSM Kudus dalam memasarkan produk pembiayaan BSM Griya juga memanfaatkan peluangnya bekerjasama dengan

rekanan notaris, instansi atau bahkan rekanan yang telah menjadi nasabah.

a. *Threath* (Ancaman)

Salah satu ancaman utama yang dihadapi BSM Kudus dalam memasarkan produk BSM Griya adalah kompetitor atau pesaing. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya Bank dan Lembaga Keuangan lain yang meluncurkan produk baik pembiayaan maupun kredit untuk kepemilikan rumah. Selain pesaing keadaan ekonomi global yang tidak pasti membuat orang enggan berinvestasi lantaran harga kebutuhan yang semakin tinggi sehingga pendapatan yang diterima lebih digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok terlebih dahulu. Kondisi ekonomi global yang tidak pasti, hal ini sangat berpengaruh untuk produk BSM Griya karena jika kondisi ekonomi Indonesia terus memburuk maka kebutuhan masyarakat akan semakin banyak dan keinginan masyarakat untuk berinvestasi menurun.

C. Analisis dan Pembahasan

1. Analisis Kondisi Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Mandiri Kudus

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eka yang menyebutkan bahwa pembiayaan pemilikan rumah di BSM Kudus lebih dikenal dengan istilah BSM Griya, yakni fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk pembiayaan rumah tinggal. Klasifikasi rumah yang dijadikan obyek dalam pembiayaan BSM Griya ini adalah berupa pembelian rumah baru, rumah *second* atau untuk renovasi rumah. Akad yang digunakan pada pembiayaan pemilikan rumah ini adalah akad *murabahah* dengan angsuran yang tetap.

Secara teori pada KPR syariah yang ditransaksikan adalah “barang” (dalam hal ini berupa rumah) dengan prinsip jual-beli (*murabahah*), bukan “uang” seperti KPR konvensional. Bank syariah seperti membelikan rumah yang hendak di KPR-kan, kemudian dijual

kepada nasabah/debitur. Dengan cara ini pihak bank syariah akan menambahkan margin keuntungan dari harga jual rumah, lalu debitur membayarnya secara mencicil. KPR syariah merupakan salah satu produk pembiayaan bank syariah yang membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumtif), baik baru maupun bekas. Nasabah dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.

Untuk mekanisme pembiayaan BSM Griya menurut Ibu Eka hampir sama dengan bank lain, yaitu dari pengumpulan berkas persyaratan dan dokumen yang dibutuhkan terlebih dahulu kemudian diajukan ke *marketing* yang menangani dan dilakukan survey kelayakan dari segi pendapatan dan agunan. Pendapatan dari calon nasabah yang mengajukan diverifikasi terlebih dahulu dan dilakukan penilaian jaminan atau *appraisal*. Dalam hal ini jaminan yang dapat diberikan oleh nasabah berupa sertifikat hak milik dan IMBnya Langkah berikutnya adalah semua data yang sudah ada dimasukkan ke bagian *processing*. Pertama, yaitu dilakukan analisa dari segi pendapatan dan agunan calon nasabah. Dianalisis apakah dengan pendapatan tersebut dapat men-*cover* pembiayaannya dan apakah agunannya layak untuk dibiayai sesuai dengan yang diajukan. Setelah dianalisa baru kemudian masuk ke sistem FOS (*Financing Operation System*) dan dilakukan *approval* atau persetujuan komite atau peminat, dalam hal ini adalah pimpinan. Proses dari pengajuan sampai pencairan dana selama 14 hari kerja, atau dapat lebih cepat. Pembiayaan yang akan diperoleh dapat mencapai 90% dari nilai agunan untuk rumah baru, dan untuk rumah *second* mencapai 70% dari nilai agunan.

Dari hasil wawancara tersebut secara teoritik prosedur permohonan kredit diawali dengan mengajukan surat permohonan kredit secara tertulis kepada pimpinan bank yang dilengkapi dengan persyaratan kredit di atas.

Dalam bank syariah proses pembiayaan memiliki tahapan-tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah yaitu:

1. Permohonan Pembiayaan

Tahap awal dari proses pembiayaan adalah permohonan pembiayaan yang dilakukan secara tertulis dari nasabah kepada *officer* bank. Namun implementasinya di bank syariah, permohonan bisa dilakukan secara lisan terlebih dahulu, kemudian ditindaklanjuti dengan permohonan tertulis.

2. Pengumpulan Data dan Investigasi

Data yang dibutuhkan oleh *officer* bank didasari pada kebutuhan dan tujuan pembiayaan. Untuk pembiayaan konsumtif, data yang diperlukan adalah data yang menggambarkan kemampuan nasabah untuk membayar pembiayaan dari penghasilan tetapnya. Sedangkan untuk pembiayaan produktif, data yang diperlukan adalah data yang dapat menggambarkan kemampuan usaha nasabah untuk melunasi pembiayaan.

Untuk mendukung kebenaran data yang diperoleh, *officer* bank dapat melakukan investigasi antara lain melakukan kunjungan langsung ke lapangan dan wawancara yang dapat dilakukan berkali-kali untuk meyakini data nasabah yang diberikan nasabah.

3. Analisa Pembiayaan

Analisa pembiayaan dapat dilakukan dengan berbagai metode sesuai kebijakan bank.

4. Persetujuan Pembiayaan

Tahapan demi tahapan dilakukan oleh bank syariah dalam menganalisis kelayakan nasabah dalam mendapatkan pembiayaan. Mulai dari permohonan pembiayaan, pengumpulan data dan investigasi hingga proses persetujuan pembiayaan. Proses persetujuan pembiayaan adalah proses penentuan disetujui atau tidaknya sebuah pembiayaan usaha. Proses ini bergantung pada kebijakan bank, yang disebut dengan Komite Pembiayaan.

5. Pengumpulan Data Tambahan

Proses ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan tambahan yang diperoleh dari disposisi Komite Pembiayaan. Pemenuhan persyaratan ini merupakan hal terpenting dan merupakan indikasi utama pada tindak lanjut pencairan dana.

6. Pengikatan

Tindakan selanjutnya yang dilakukan bank adalah proses pengikatan. Pengikatan ini meliputi pengikatan pembiayaan dan pengikatan jaminan.

7. Pencairan

Proses selanjutnya adalah pencairan fasilitas pembiayaan kepada nasabah. Sebelum melakukan proses pencairan, maka harus dilakukan pemeriksaan kembali semua kelengkapan yang harus dipenuhi sesuai disposisi Komite Pembiayaan pada proposal pembiayaan. Apabila semua persyaratan telah dilengkapi oleh nasabah, maka proses pencairan fasilitas dapat diberikan.¹⁷

Jumlah nasabah pembiayaan BSM Griya mulai tahun 2012 kurang lebih 195 karena rata-rata nasabah yang mengajukan pembiayaan BSM Griya setiap bulannya 3-5 nasabah. Dari tahun 2011-2015 menurut data statistik kependudukan mengenai jumlah rumah tangga di Kabupaten Kudus selalu mengalami kenaikan. Ini artinya setiap tahun banyak rumah tangga yang membutuhkan rumah tinggal untuk keluarganya.

2. Analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Mandiri Kudus

Analisis SWOT adalah analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*Strenght, Weakness, Opportunity, and Threat*). Analisis SWOT merupakan identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan luar strategi yang menyajikan kombinasi terbaik di antara keempatnya.¹⁸

¹⁷ Sunarto Zulkifli, *Pnadian Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Zikrul Hakim, Jakarta, 2003, hlm. 138-154.

¹⁸ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2016, hlm.107

Matrik SWOT
PT. Bank Syariah Mandiri Kudus

	<i>STRENGTH (S)</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah dan ulama 2. Tidak terpengaruh oleh naik turunnya suku bunga yang berlaku 3. Jaringan kerja yang cukup luas 4. Tempat yang strategis 5. Jangka waktu pembiayaan yang relatif lama 	<i>WEAKNESS (W)</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang kurang dikenal 2. Proses pencairan dana pembiayaan lama 3. Segmentasi pasar yang terbatas
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan penduduk 2. Kerjasama dengan developer maupun instansi 3. Mayoritas penduduk muslim 	Strategi SO <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemasaran produk BSM Griya 2. Memperkuat kerjasama dengan developer dan instansi 3. Meningkatkan hubungan dengan pemerintah maupun ulama setempat 	Strategi WO <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi yang lebih intensif ke developer ataupun instansi 2. Meningkatkan loyalitas nasabah dengan memaksimalkan proses pencairan dana.
<i>TREATH (T)</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetitor 2. Keadaan ekonomi global 	Strategi ST <ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan target pemasaran 2. Meningkatkan kualitas pelayanan 	Strategi WT <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbanyak kegiatan promosi 2. Menetapkan strategi pemasaran

Sumber: Data yang diolah

Analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal di mana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki implikasi yang bagus dan mendalam bagi desain dari strategi yang berhasil.¹⁹

Dari hasil matrik SWOT di atas, dapat dilihat bahwa faktor kekuatan lebih dominan dibandingkan kelemahan, hal ini mencerminkan bahwa Bank Syariah Mandiri Kudus dalam memasarkan produk BSM Griya sudah cukup mampu untuk bersaing dengan bank dan lembaga keuangan lainnya yang menjual produk serupa. Berikut adalah penjelasan mengenai pengembangan strategi dari hasil matrik di atas:

1. Strategi SO

Strategi SO dilakukan dengan menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

a. Meningkatkan pemasaran produk BSM Griya

Merupakan penggabungan antara jumlah penduduk yang semakin banyak dan tempat yang strategis. Karena menurut data statistik Kabupaten Kudus dari sektor rumah tangga terus mengalami peningkatan serta letak Bank Syariah Mandiri Kudus berada di pusat kota dan dapat dengan mudah menjangkau ke seluruh wilayah Kabupaten Kudus maka BSM Kudus memanfaatkannya untuk mengoptimalkan kegiatan pemasaran pembiayaan BSM Griya dengan mendatangi developer yang ada di Kudus.

¹⁹ John A. Pearch dan Richard B. Robinson, *Manajemen Strategis-Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Terj. Yanivi Bactiar dan Cristine, Salemba Empat, Jakarta, 2011, hlm.200.

b. Memperkuat kerjasama dengan developer dan instansi

Strategi ini berasal dari penggabungan kekuatan Bank Syariah Mandiri Kudus yang memiliki hubungan kerjasama dengan developer dan instansi. Bank Syariah Mandiri Kudus berusaha menjaga hubungan baik dengan developer maupun instansi dengan menjaga kepercayaan yang ada agar developer dan instansi juga ikut berpartisipasi dalam menyarankan nasabahnya untuk mengambil pembiayaan di BSM Kudus.

c. Meningkatkan hubungan dengan pemerintah maupun ulama setempat

Strategi ini berasal dari penggabungan hubungan pemerintah dan ulama dengan mayoritas penduduk di Kabupaten Kudus adalah muslim. BSM Kudus berusaha memelihara hubungan yang baik dengan pemerintah maupun ulama. Hal ini dimanfaatkan BSM Kudus untuk memudahkan memasarkan produk pembiayaannya yang berdasarkan syariah dimana masyarakat muslim cenderung menganut fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh ulama. Misalnya fatwa MUI yang menyatakan bahwa riba itu haram.

2. Strategi WO

Strategi WO dilakukan untuk mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.

a. Promosi yang lebih intensif ke developer ataupun instansi

Strategi ini digalakkan oleh BSM Kudus karena developer ataupun instansi dengan BSM Kudus telah menjalin hubungan kerjasama yang akan memberikan peluang besar dalam mendapatkan nasabah untuk pembiayaan BSM Griya.

b. Meningkatkan loyalitas nasabah

Nasabah merupakan mitra yang sangat penting bagi kelangsungan bank. Nasabah sangat berpengaruh bagi kemajuan suatu bank, terutama bagi produk tertentu seperti pembiayaan

pemilikan rumah. Oleh karena itu Bank Syariah Mandiri Kudus meningkatkan loyalitas nasabah pembiayaan BSM Griya dengan memberikan pelayanan prima dan yang terbaik selama proses pembiayaan. Pihak Bank Syariah Mandiri Kudus menilai jika nasabah loyal dan puas dengan pelayanan yang diberikan tidak menutup kemungkinan nasabah akan ikut berpartisipasi dalam memasarkan produk pembiayaan BSM Griya kepada rekan maupun kerabatnya.

3. Strategi ST

a. Menetapkan target pemasaran

Begitu banyak pesaing yang bermunculan bukan hanya dari sesama bank syariah namun bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya membuat Bank Syariah Mandiri Kudus harus menetapkan target pemasaran dengan merencanakan segmen pasar yang tepat untuk pembiayaan BSM Griya secara matang. BSM Kudus memiliki target pemasaran untuk pembiayaan BSM Griya adalah untuk karyawan yang sudah tetap yakni PNS/CPNS, karyawan BUMN, BUMD, maupun BUMS serta profesional.

b. Meningkatkan kualitas pelayanan

Meningkatkan kualitas pelayanan harus dilakukan Bank Syariah Mandiri Kudus karena dengan pelayanan yang memuaskan nasabah pembiayaan maka nasabah akan loyal bahkan mampu membantu mempromosikan pembiayaan BSM Griya kepada rekan, tetangga maupun kerabatnya. Hal ini dilakukan agar dapat mengurangi ancaman dari kompetitor.

4. Strategi WT

a. Memperbanyak kegiatan promosi

Karena produk yang kurang dikenal dan kompetitor yang semakin banyak, langkah yang perlu diambil Bank Syariah Mandiri Kudus untuk memperkenalkan produk pembiayaan BSM Griya adalah dengan kegiatan promosi yang terus digencarkan.

BSM Kudus telah memperbanyak promosinya ke developer dan juga instansi yang menurut pihak bank memiliki lebih banyak peluang.

b. Menetapkan strategi pemasaran

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan karena dengan strategi yang efektif dan efisien BSM Kudus akan mampu menghindari ancaman dan memperkecil kelemahan.

3. Strategi Pemasaran berdasarkan Matrik SWOT PT. Bank Syariah Mandiri Kudus

Strategi pemasaran diperlukan dalam suatu perusahaan dengan maksud agar semua rencana yang telah ditentukan. Dilihat dari matrik SWOT yang telah peneliti jabarkan, ada beberapa strategi yang sesuai dengan keadaan pembiayaan BSM Griya PT. Bank Syariah Mandiri Kudus berdasarkan beberapa hal sebagai berikut:

a. *Segmenting*

Segmentasi merupakan dasar untuk memastikan bahwa setiap pasar itu terdiri atas beberapa segmen dan respons yang berbeda-beda. Fakta inilah yang menunjukkan bahwa tidak satu pun perusahaan yang dapat mencapai pasar dengan memuaskan semua pembeli. Oleh karena itu, sebelum perusahaan menempatkan dirinya pada segmen-segmen pasar tersebut, harus mempelajari dirinci terlebih dulu peluang yang ada atau untuk menciptakan peluang pasar yang baru.

Dari hasil analisis SWOT pembiayaan pemilikan rumah yang telah peneliti lakukan segmentasi yang sesuai dengan keadaan pembiayaan BSM Griya di Kudus adalah segmentasi rekanan dari developer, karena bekerjasama dengan developer memberikan peluang yang besar bagi Bank Mandiri Syariah untuk lebih mudah mendapatkan nasabah pembiayaan BSM Griya.

b. *Targetting*

Di tengah situasi persaingan industri keuangan, baik sesama industri keuangan syariah maupun dengan industri keuangan

konvensional yang terus semakin ketat, maka para pengelola bank Islam (CEO, *marketer*, dan lainnya) harus mampu membidik pasar berdasarkan perpaduan konsep rasio, sentuhan hati dan jiwa calon nasabah, agar mereka tertarik dan lebih terikat kepada produk atau perusahaan, dan relasi yang terjadi bertahan lebih lama. Untuk itu Bank Syariah Mandiri kaitannya dengan pembiayaan BSM Griya memiliki alternatif yang diambil dalam penentuan posisi pasar yaitu dengan spesialisasi pasar. Dalam hal ini BSM Kudus konsentrasi untuk melayani sekelompok tertentu yaitu karyawan yang berpenghasilan tetap seperti PNS/CPNS, profesional.

c. *Positioning*

Bank Syariah Mandiri kaitannya dengan produk BSM Griya harus mampu menempatkan produknya pada segmentasi yang tepat.

d. Bauran Pemasaran

Menurut Menurut Philip Kotler perusahaan yang beroperasi harus memutuskan penyesuaian bauran strategi pemasaran. Disatu sisi ekstrim adalah perusahaan yang menggunakan standarisasi bauran pemasaran.

1) Produk

Produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi. Konsep produk merupakan suatu pengertian atau pandangan konsumen terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Bank Syariah Mandiri Kudus telah mencoba memenuhi kebutuhan rumah tinggal bagi masyarakat terutama di Kudus dengan meluncurkan BSM Griya dimana masyarakat mampu mendapatkan pembiayaan untuk memiliki rumah tinggal. Salah satu komponen dari variabel produk adalah nama merek dimana pembiayaan pemilikan rumah di Bank Syariah Mandiri Kudus lebih dikenal dengan sebutan BSM Griya agar masyarakat lebih mudah mengenal dan mengingatnya. Kelebihan produk ini adalah fleksibel tidak hanya untuk rumah

baru akan tetapi untuk rumah *second*, renovasi rumah, apartemen dan lainnya.

2) Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kudus untuk memperkenalkan produk BSM Griya adalah dengan mengikuti even pameran, menyebarkan brosur dan bekerja sama dengan developer yang ada di Kudus. Ada hal lain yang bisa dilakukan BSM Kudus dalam mempromosikan produk BSM Griya yaitu dengan memanfaatkan media massa baik media cetak maupun elektronik.

3) Harga

Harga merupakan ukuran besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Berdasarkan hasil wawancara untuk harga pembelian rumah melalui pembiayaan BSM Griya relatif sama karena dalam pembelian rumah BSM menganut nilai pasar yang berlaku. Karena harga di setiap daerah berbeda sesuai zonanya, kebijakan pemerintah, ukuran suku bunga, letak dan lainnya. Strategi harga yang digunakan Bank Syariah Mandiri Kudus dalam penetapan margin untuk pembiayaan kepemilikan rumah yaitu strategi penetapan harga secara *flate rate* system, yaitu margin dihitung dari besarnya pembiayaan mula-mula dan dibebankan sepanjang jangka waktu pembiayaan.

Dari hasil wawancara dengan mas Anang salah satu marketing BSM menyatakan bahwa Mandiri Syariah menganut prinsip syariah dimana BSM tidak terpengaruh dengan suku bunga, dimana marginnya ditentukan di awal akad, angsurannya relatif stabil dan jangka waktu mencapai 15 tahun. Perhitungan dengan *flate rate* system akan memudahkan calon nasabah untuk mengetahui kewajiban yang harus dibayar setiap bulannya karena pihak bank akan menjelaskan cara dalam penentuan margin dan dijelaskan simulasi angsurannya. Hal ini memungkinkan produk BSM Griya

mampu bersaing secara kompetitif dengan Bank dan Lembaga Keuangan lainnya yang menjual produk serupa.

4) Tempat

Sebuah perusahaan harus memilih lokasi karena jika salah dalam memilih lokasi maka akan meningkatkan biaya yang akan dikeluarkan. PT. Bank Syariah Mandiri Kudus mencoba hadir dan bertempat di pusat Kota Kudus, yaitu dekat dengan alun-alun dan mudah dijangkau banyak kendaraan umum. Pemilihan tempat yang strategis ini akan memudahkan nasabah yang akan berhubungan dengan bank.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian pada bab sebelumnya, dari hasil analisis SWOT pembiayaan pemilikan rumah pada Bank Syariah Mandiri Kudus, maka dapat disimpulkan:

1. Pembiayaan pemilikan rumah di BSM Kudus lebih dikenal dengan istilah BSM Griya, yakni fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk pembiayaan rumah tinggal. Klasifikasi rumah yang dijadikan obyek dalam pembiayaan BSM Griya ini adalah berupa pembelian rumah baru, rumah *second* atau untuk renovasi rumah. Akad yang digunakan pada pembiayaan pemilikan rumah ini adalah akad *murabahah* dengan angsuran yang tetap. Jumlah nasabah pembiayaan BSM Griya mulai tahun 2012 kurang lebih 195 karena rata-rata nasabah yang mengajukan pembiayaan BSM Griya setiap bulannya 3-5 nasabah. Dari tahun 2011-2015 menurut data statistik kependudukan mengenai jumlah rumah tangga di Kabupaten Kudus selalu mengalami kenaikan. Ini artinya setiap tahun banyak rumah tangga yang membutuhkan rumah tinggal untuk keluarganya.
2. Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa pembiayaan BSM Griya PT. Bank Syariah Mandiri Kudus sudah mampu bersaing di pasar persaingan yang kompetitif di wilayah kota Kudus. Berdasarkan interpretasi analisis SWOT, pengembangan strategi pemasaran produk BSM Griya yang dapat dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kudus adalah dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Strategi pemasaran yang bisa ditempuh PT. Bank Syariah Mandiri Kudus terdiri dari:
 - a. Strategi SO
Yakni dengan meningkatkan pemasaran, memperkuat kerjasama dengan developer dan juga instansi lainnya, meningkatkan hubungan dengan pemerintah maupun ulama setempat.

b. Strategi WO

Meliputi promosi yang lebih intensif ke developer maupun instansi, meningkatkan loyalitas nasabah.

c. Strategi ST

Menetapkan target pemasaran, dan meningkatkan kualitas pelayanan.

d. Strategi WT

Yaitu dengan memperbanyak kegiatan promosi, menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada analisis SWOT pembiayaan pemilikan rumah. Hal ini membuat kesinambungan sistem pada produk lainnya kurang diperhatikan.
2. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga penelitian ini kurang maksimal.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, adapun saran yang diberikan peneliti adalah :

1. Dalam menentukan strategi pemasaran dan dapat bersaing di pasar persaingan yang semakin kompetitif untuk produk pembiayaan BSM Griya, Bank Syariah Mandiri Kudus harus memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki terutama pada faktor jaringan yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan produk BSM Griya, hendaknya Bank Syariah Mandiri Kudus lebih mengintensifkan hubungan dengan pihak yang terkait yang bermanfaat bagi kemajuan dan perkembangan produk BSM Griya. Selain itu pelayanan terhadap nasabah harus ditingkatkan

dengan melengkapi fasilitas agar lebih memadai dan memudahkan nasabah.

2. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan memperpanjang waktu penelitian. Dengan melakukan penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang diharapkan akan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai analisis SWOT pembiayaan pemilikan ruma di Bank Syariah Mandiri Kudus.

D. Penutup

Syukur *Alhamdulillah* berkat nikmat, taufik dan hidayah Allah SWT, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal, tetapi tentunya masih ada kekurangan yang membutuhkan sumbangsih saran, kritik dari berbagai pihak di antaranya para pembaca.

Tidak lupa peneliti sampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Akhirnya peneliti minta maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2010.
- Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Pustaka Setia, Bandung, 2012.
- Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Teras, Yogyakarta, 2012.
- Ahmad Gozali, *Serba-serbi Kredit Syariah Jangan Ada Bunga di Antara Kita*, Elek Media Komputindo, Jakarta, 2010.
- Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2012.
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010.
- Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2016.
- Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta, Kalimedia, 2015.
- Budi Santoso dan Ahmad Adhito, *Jangan Ambil KPR Sekarang!*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2101.
- Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*, CAPS, Jakarta, 2013.
- Etika Sabariah, *Manajemen Strategis*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2016.
- Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, UMM Press, Malang, 2004.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014.
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta, 2003.
- Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, 1994.
- Irawan dkk, *Pemasaran Prinsip dan Kasus*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, 1996.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2011.

- John A. Pearch dan Richard B. Robinson, *Manajemen Strategis-Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Terj. Yanivi Bactiar dan Cristine, Salemba Empat, Jakarta, 2011.
- Masrukhin, *Metode Penelitian Pendidikan dan Kebijakan*, Media Ilmu Press, Kudus, 2010.
- Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988.
- Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?*, Erlangga, Jakarta, 2005.
- Pasal 1 angka 25 Undang-undang No. 21 Tahun 2008.
- Pasal 1 angka 7 UU No. 10 Tahun 2008.
- PSAK 102 Paragraf 5
- PSAK 102 Paragraf 8.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001.
- Sudawarman Danim “Menjadi Peneliti Kualitatif” dalam buku Mukhamad Saekan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013.
- Suhardjono, *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 2003.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedure Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 1993.
- Sunarto Zulkifli, *Pnaduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Zikrul Hakim, Jakarta, 2003.
- <https://lisensiujkt.files.wordpress.com/2010/05/kpr-syariah.pdf> diakses pada tanggal 3 Oktober 2016.
- www.mandirisyariah.co.id diakses pada tanggal 24 Februari 2017 pukul 19.28