



Volume 1 Nomor 1 (2022) Pages 60 – 75

## ***Change Think Journal***

Email Journal : [changethink.bbc@gmail.com](mailto:changethink.bbc@gmail.com)

Web Journal : <http://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/changethink>



### **Analisis Strategi Pemasaran Skema Produk Griya IB Hasannah Bank BNI Syariah KC Cirebon**

**Benny Sandriya**✉

Insitut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email : [bennysandriya2@gmail.com](mailto:bennysandriya2@gmail.com)

Received: 2022-03-15; Accepted: 2022-03-22; Published: 2022-03-30

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produk Griya IB Hasannah, mengetahui strategi pemasaran produk Griya IB Hasannah, dan mengetahui skema produk Griya IB Hasannah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cirebon. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang mempelajari masalah yang ada serta tata cara yang berlaku. Jenis penelitian ini menggunakan data primer. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara dengan pegawai Bank BNI Syariah KC Cirebon. Data yang diperoleh di analisis dengan menelaah seluruh data, langkah ini berkaitan dengan proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data mentah yang diperoleh dari hasil penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran skema produk Griya IB Hasannah yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah KC Cirebon yaitu dalam melaksanakan strategi pemasaran Bank BNI Syariah KC Cirebon melakukan pemberian angsuran yang terjangkau dan ringan, melakukan pendekatan dan kerjasama terhadap developer di wilayah 3 Cirebon, memasang iklan melalui media sosial, surat kabar dan media cetak lainnya, serta membuat acara event gathering bersama dengan para developer guna memperkuat kerjasama yang terjalin. Selain itu Bank BNI Syariah KC Cirebon mempunyai strategi penawaran yang menarik agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk Griya IB Hasannah diantaranya yaitu Memiliki Rate yang sangat bersaing, Biaya administrasi seperti notaris yang lebih terjangkau, Melakukan kunjungan terhadap instansi atau perusahaan agar lebih mudah untuk proses pembiayaan, serta proses yang mudah dan cepat dalam verifikasi data pembiayaan sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah.

Kata Kunci: *Produk, Strategi, Bank Syariah*

#### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the products of Griya IB Hasannah, to know the strategy marketing of Griya IB Hasannah products, and knowing the scheme of Griya IB Hasannah products at the Bank BNI Syariah Cirebon Branch Office. This research is a qualitative*

*descriptive research which study the existing problems and procedures that apply. This type of research uses primary data. Primary data in this study were obtained from results of interviews with employees of Bank BNI Syariah KC Cirebon. The data obtained in the analysis by examining all the data, this step is related to the process of selecting, focusing, simplify, abstract, and transform the raw data obtained from the results research. The results of the study show that the marketing strategy of the Griya IB Hasannah product scheme is carried out by Bank BNI Syariah KC Cirebon, namely in implementing the Bank's marketing strategy BNI Syariah KC Cirebon provides affordable and light installments, approach and cooperation with developers in the Cirebon 3 area, placing advertisements through the media social media, newspapers and other print media, as well as organizing event gatherings with developers to strengthen the existing cooperation. In addition, Bank BNI Syariah KC Cirebon have an attractive offer strategy so that people are interested in using the product Griya IB Hasannah includes having a very competitive rate, administrative costs such as a more affordable notary, Make visits to agencies or companies to make them more affordable easy for the financing process, as well as an easy and fast process in data verification financing so as to provide satisfaction to customers.*

*Keywords: Product, Strategy, Islamic Bank*

---

Copyright © Authors

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat didunia. Berdasarkan hasil survei penduduk Indonesia 2010 dari Badan Pusat Statistika (BPS) jumlah penduduk Indonesia mencapai 237 juta jiwa. Dalam kurun waktu tahun 2010-2014, laju pertumbuhan penduduk Indonesia terus meningkat dengan rata-rata sebesar 1,40% per tahun. Peningkatkan jumlah penduduk berikut laju pertumbuhannya tersebut akan berdampak pada peningkatan kebutuhan hidup penduduk Indonesia, yang salah satunya adalah kebutuhan perumahan (tempat tinggal). Mendengar sebutan bank sepertinya tidak asing lagi bagi kita baik yang hidup di kota maupun yang hidup di desa sekalipun. Mendengar kata bank setiap orang selalu mengkaitkannya dengan uang, hal ini tidak salah karena bank memang merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. (Ikatan Bankir Indonesia, 2014b)

Tidak dapat dipungkiri, memiliki rumah sendiri merupakan impian bagi semua orang. Harganya yang tidak murah mendorong kita untuk membuat perencanaan dengan matang. Terlebih harga rumah cenderung naik dari tahun ke tahun. Kenaikannya bisa mencapai 10% hingga 15% setiap tahunnya. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang memiliki kendala menyediakan uang cash dalam jumlah yang besar, saat ini ada banyak produk cicilan rumah dari Bank yang ditawarkan. Produk cicilan rumah ini lebih dikenal dengan Kredit Perumahan Rakyat (KPR). Kehadiran KPR ini tidak serta merta membuat masyarakat tenang, nyatanya bunga dari cicilan KPR ini nilainya cukup besar. Selain itu perkembangan sharia lifestyle, membuat masyarakat mulai menyadari bahwa bunga bank termasuk riba yang mana dalam islam termasuk hal yang dilarang atau diharamkan. Maka dengan munculnya

fenomena tersebut mulai muncul nya KPR Syariah yang tidak menerapkan sistem bunga atau riba. (Ikatan Bankir Indonesia, 2014b)

Perbankan syariah pada masa pandemi menunjukkan tren perkembangan positif yaitu tumbuh positif sembilan, 22% atau Rp.545,39 triliun. OJK pun mencatat pertumbuhan DPK perbankan syariah yakni Rp. 430,209 triliun, meningkat dibandingkan tahun 2019 yakni Rp. 425,29 triliun. Begitu juga biaya yang disalurkan dalam periode yang sama yakni Rp. 377,525 triliun. Angka ini lebih tinggi dibandingkan capaian pada tahun 2019 yakni Rp. 365,125 triliun. Adapun market share perbankan syariah pada juni 2020 sebesar 6,18% dari bank konvensional. Porsi tersebut disumbang dari bank umum syariah sebanyak 32,17% dan BPR Syariah 2,5% (pertumbuhan perbankan syariah, 2020).

Secara umum lembaga keuangan syariah telah banyak menawarkan berbagai macam produk yang di miliki diantaranya menghimpun dana (funding), menyalurkan dana (lending) dan bergerak dibidang jasa dalam usaha memperbesar market sharenya, Bank BNI Syariah adalah salah satu bank syariah yang ada di Cirebon dan memiliki berbagai macam jenis produk pembiayaan. Salah satu produk yang dimiliki Bank BNI Syariah adalah produk jenis pembiayaan konsumtif yang utama adalah fasilitas pembiayaan rumah. Hal ini dikarenakan pembiayaan tersebut sangat membantu masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sandang, pangan maupun papan (perumahan). (Ikatan Bankir Indonesia, 2014a)

Perkembangan pada populasi manusia semakin hari semakin bertambah menjadi penyebab kebutuhan akan perumahan. Rumah merupakan kebutuhan primer bagi pemenuhan kesejahteraan manusia setelah sandang dan pangan. Namun demikian, ternyata kebutuhan akan perumahan ini seringkali terbentur pada minimnya dana yang dimiliki oleh masyarakat yang menginginkan memiliki rumah sendiri. Sehingga, pengembangan melalui sektor pembiayaan kepemilikan rumah dilirik sebagai alternatif utama pembiayaan perumahan. Salah satu bank syariah yang mempunyai produk pembiayaan kepemilikan rumah adalah BNI Syariah dengan nama produk BNI Griya IB hasanah dengan pembiayaan syariah terhindar dari transaksi yang ribawi, proses persetujuan pembiayaan yang mudah dan relatif cepat, jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 sampai 20 tahun, selama masa pembiayaan besarnya angsuran tidak terpengaruh dengan suku bunga seperti di bank konvensional maka besarnya angsuran setiap bulan tetap dan tidak berubah sampai lunas, memberikan fasilitas pembiayaan pemilikan rumah, ruko, kavling siap bangun, pembagunan dan renovasi rumah serta pembelian rumah inden, pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis, maksimum pembiayaan sampai dengan Rp. 15 Milyar, apabila nasabah ingin melunasi angsuran sebelum jatuh tempo atau ingin melunasi sebelum akhir masa pembayaran nasabah tidak akan terkena pinalti atau denda. (BNI Syariah, n.d.)

Berbicara tentang tempat tinggal atau rumah, semua lapisan masyarakat pasti membutuhkan suatu hunian yang nyaman untuk ditempati. Sekarang ini peran perbankan dalam memenuhi kebutuhan dana masyarakat semakin dibutuhkan untuk

berbagai kebutuhan salah satunya untuk kredit investasi ataupun untuk digunakan kegiatan konsumtif salah satunya adalah KPR (Kredit Perumahan Rakyat). Antusias masyarakat untuk memiliki rumah sangat lah tinggi dilihat pertumbuhan masyarakat yang meningkat setiap tahunnya, maka perbankan syariah khususnya serius untuk memberikan suatu pembiayaan untuk digunakan sektor properti dan membuat produk yang benar-benar sesuai dengan harapan masyarakat sesuai prinsip syariah. (Ashuri, 2015)

Perbankan merupakan salah satu agen pembangunan (*agent of development*) dalam kehidupan bernegara, karena fungsi utama dari perbankan adalah sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*), yaitu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Fungsi yang demikian juga menjadi concern dari perbankan syariah di samping fungsi lain sebagai lembaga penyedia jasa lalu lintas keuangan.

Memiliki rumah impian saat ini sudah bukan merupakan hal yang sulit untuk diwujudkan. Hampir semua bank yang ada di Indonesia, baik bank konvensional maupun bank syariah berlomba-lomba menarik perhatian nasabah untuk melirik produk KPR mereka masing-masing. Salah satu bank syariah yang menyediakan produk pembiayaan kpr adalah Bank BNI Syariah. KPR BNI Syariah ini adalah produk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon Nasabah. (Antonio, 2001)

Lembaga jasa keuangan memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung program sejuta rumah untuk rakyat melalui penyaluran dana dalam bentuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Hal tersebut mengingat tingginya harga yang sering kali tidak memungkinkan bagi masyarakat untuk melakukan pembayaran secara tunai sekaligus sehingga membutuhkan kredit atau pembiayaan dari lembaga jasa keuangan. Otoritas jasa keuangan dan bank Indonesia selaku regulator di industri jasa keuangan memiliki peran penting dalam menjaga fungsi intermediasi perbankan dalam hal penyaluran kpr ini agar berjalan dengan baik dan mendapat kepercayaan dari masyarakat. Menurut Munir fuady Pihak yang memberikan kredit percaya kepada pihak yang menerima kredit bahwa kredit yang diberikan pasti akan terbayar. Dengan demikian dasar kredit adalah kepercayaan. (Apriyanti, 2018)

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 pengertian kredit adalah penyediaan uang atau yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam untuk melunasi utangna setelah jangka waktu. Properti syariah kini hadir untuk memberikan solusi perumahan untuk masyarakat yang mayoritas beragama islam di Negara Indonesia. Banyak nya penduduk yang beragama islam sehingga menjadikan bisnis property syariah ramai peminat untuk memiliki rumah yang sesuai prinsip syariah pembelannya. Beberapa orang mungkin

masih kurang mengenal dengan istilah properti syariah bahkan ada yang menganggap bahwa hanya menjadi kedok bagi para developer agar mendapatkan keuntungan yang besar. (Ikatan Bankir Indonesia, 2015)

Mungkin anggapan orang bahwa properti syariah hanya untuk orang yang beragama islam saja. Namun hal tersebut tentunya tidaklah benar karena siapa saja boleh memiliki dan membeli properti syariah ini. Jadi, properti syariah tidak hanya diperuntukan untuk warga yang beragama islam saja tetapi semua agama yang non muslim juga boleh untuk memiliki dan melakukan transaksi sesuai prinsip syariah dan bebas riba. Mengingat rumah termasuk dalam kebutuhan hidup manusia yang memerlukan biaya yang tinggi dan pastinya uang dalam jumlah yang banyak, kredit kepemilikan rumah atau KPR menjadi salah satu program produk Bank untuk mewujudkan keinginan masyarakat untuk memiliki rumah dan banyak nasabah bank yang meminati produk bank tersebut maupun secara syariah atau konvensional.

Rencana pemerintah untuk mengucurkan stimulus di sejumlah sektor dipandang positif di tengah potensi tekanan ekonomi yang disebabkan oleh faktor eksternal, termasuk dampak penyebaran virus corona. Khusus di sektor perumahan, stimulus sangat penting dalam mengacu minat masyarakat memiliki hunian yang khususnya dengan skema KPR subsidi. Salah satu stimulus yang diberikan adalah penurunan suku bunga acuan oleh Bank Indonesia sebesar 25 basis poin ke level 4,75%. Menurut menteri koordinator (Menko) Bidang perekonomian, Airlangga Hartato menyampaikan, pemerintah akan mengucurkan anggaran Rp.1,5 triliun untuk perumahan dengan rincian Rp.800 Miliar berupa subsidi bunga dan Rp.700 Miliar berupa subsidi uang muka. Dengan demikian kata Airlangga, dari jumlah penyaluran KPR 330.000 unit, eksisting FLPP sebanyak 88.000, dan BP2BT 67.000 unit, ada tambahan sebanyak 175.000 unit dan ini dilaksanakan oleh bank umum maupun kementerian PUPR. (Haryanto, 2017)

Menurut Ekonom Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) Bhima Yudhistira Adhinegara, menurutnya langkah pemerintah menjadikan sektor perumahan sebagai stimulus pertumbuhan ekonomi dipercaya tidak hanya mendongkrak sektor property. Sektor properti di segmen menengah ke bawah trennya masih cukup baik. Asal stimulusnya tepat sasaran bisa berdampak terhadap sektor lain misalnya pertambangan pasir, industri kaca, keramik, dan transportasi logistik. Pandangan menurut Ekonom Centre for Strategic and International Studies (CSIS) Fajar B. Irawan, langkah pemerintah yang menjadikan sektor perumahan sebagai stimulus pertumbuhan ekonomi sudah tepat. Sebabnya sektor perumahan merupakan bagian sektor konstruksi (majalah investor, 2020). (Kasmir, 2015)

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), bahwa backlog perumahan mengalami penurunan menjadi 11,4 juta unit pada 2015, sebelumnya tahun 2010, backlog rumah bertengger di angka 13,5 juta unit. Backlog ini dilihat dari aspek kepemilikan. Ada data BPS yang menyebutkan bahwa sekarang masyarakat yang mempunyai atau memiliki rumah kurang lebih 82%. Menurut Dirjen Penyediaan Perumahan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR),

berdasarkan rencana pembangunan jangka menengah backlog penyediaan rumah diharapkan dapat berkurang menjadi sebesar 6,8 juta unit pada akhir 2019. Dengan begitu untuk memangkas backlog dari 13,5 juta unit menjadi 6,8 juta unit dibutuhkan 6,7 juta unit rumah terbangun. Data BPS juga menyatakan bahwa kemampuan penyediaan rumah sekitar 400.000-500.000 unit, sementara kebutuhan terus meningkat sebanyak 800.000 unit setiap tahun (properti Kompas, 2020).

Perbankan semakin aktif dalam bisnis properti dan mencari strategi untuk menjaring nasabah dengan melihat potensi pasar yang begitu besar terhadap pembiayaan disektor properti akan tumbuh lebih baik. Prospek yang positif ini dapat dilihat dari realisasi kredit atau pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) syariah. Minat masyarakat untuk mengambil pembiayaan kepemilikan rumah syariah semakin besar dengan dibandingkan dengan kepemilikan rumah secara konvensional. Berdasarkan Data Statistik Perbankan Syariah (SPS), pembiayaan bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS) untuk kepemilikan rumah tinggal per agustus 2019 telah mencapai Rp.77,72 triliun. Nilai ini tumbuh 14,69 persen secara tahunan dibandingkan dengan pertumbuhan KPR secara industri yang sebesar 10,77 persen secara tahunan. (bisnis finansial perbankan, 2019).

Perlu diketahui ada perbedaan yang harus dilihat dari KPR Syariah maupun KPR Konvensional. Pada KPR Syariah yang menjadi obyek transaksi adalah barang (rumah) dengan menggunakan prinsip jual beli (murabahah), sedangkan pada KPR Konvensional yang menjadi obyek transaksinya adalah uang. Kelebihan utama dari produk KPR Syariah adalah cicilan bersifat tetap, tidak tergantung pada suku bunga Indonesia, ketika ingin melunasi pembayaran lebih awal tidak akan dikenakan penalti atau denda seperti yang diterapkan pada KPR Konvensional. (Rianto Al Arip, 2018)

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) telah menerbitkan Fatwa 101/DSN-MUI/X/2016 tentang Akad Al Ijarah Al- Maushufah di Al Adzimmah untuk produk pembiayaan kepemilikan rumah (PPR) inden. Sekarang ini banyak terdapat praktik di masyarakat bentuk sewa-menyewa yang mekanismenya menggunakan metode pesan terlebih dahulu lalu manfaat barang dan jasa berdasarkan ketentuan spesifikasi yang disepakati semoga dengan adanya fatwa tersebut dapat mendorong bisnis perumahan dan masyarakat dapat menggunakan produk KPR tersebut secara prinsip Syariah.

Pembiayaan KPR perumahan menjadi salah satu produk pembiayaan yang banyak diminati masyarakat dapat dilihat dari banyaknya bank- bank yang menawarkan produk pembiayaan untuk KPR khususnya Bank BNI Syariah yang menawarkan produk griya ib hasannah, disini peran dari pemasaran produk sangat berperan penting, maka dari itu strategi pemasaran yang menarik sangat diperlukan guna menarik perhatian calon nasabah pembiayaan kepemilikan rumah.

Strategi pemasaran sangat mempunyai peranan yang sangat penting demi tercapainya keberhasilan, maka dari itu perlu ditinjau dari segi kemampuan perusahaan dalam menyediakan suatu produk yang diminta konsumen, selain itu juga harus di kaji dari segi harga, iklan, dan promosi. Pemasaran merupakan salah

satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan mengembangkan usahanya. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami para pelanggan sehingga produk dan jasa yang dihasilkan sesuai atau cocok dengan mereka dan dapat terjual dengan tersendirinya. Fungsi pemasaran adalah untuk menyampaikan pengembangan produk yang telah beredar sebelumnya. (Wahyuni, 2019)

Negara Indonesia adalah Negara yang perkembangan bank berbasis syariah terbilang cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari hadirnya beberapa bank yang menggunakan prinsip syariah diantaranya BRI Syariah, BNI Syariah, Mandiri Syariah dan yang lainnya. Kehadiran bank syariah akan memberikan kualitas layanan terbaik yang nasabah butuhkan. Adanya persaingan tentunya akan menimbulkan peningkatan pelayanan dan inovasi suatu produk yang ditawarkan. Terkait dengan produk perumahan syariah hanya beberapa bank saja yang menerapkannya. BNI Syariah sebagai salah satu bank terbesar yang ada di Indonesia mengeluarkan produk perumahan syariah yang diberi nama atau label yaitu Griya Ib Hasannah. Proses pemasaran merupakan aktifitas yang sangat penting dalam operasional perbankan. Tanpa proses ini bisa jadi keuntungan bank tidak optimal bahkan tidak akan tumbuh dengan baik, agar proses pemasaran bisa berjalan dengan efektif memerlukan strategi khusus dan keterampilan sendiri. Persaingan memperebutkan pangsa pasar yang sangat ketat seperti sekarang ini membuat perbankan syariah harus mengkaji pendekatan strategi pemasarannya. (Fahmi I, 2017)

Persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar yang sangat begitu ketat seperti sekarang ini membuat perbankan syariah harus mengkaji pendekatan strategi pemasarannya. Tidak hanya sekedar mengandalkan kepada produk yang berkualitas dan harga yang bersaing, tetapi didukung juga oleh upaya-upaya dalam mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan. Dalam strategi pemasaran ini, terdapat strategi bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dipasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari 7 "P" meliputi: Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi), people (orang), Process (proses), Physical evidence (bukti fisik). (Haryanto, 2017)

Kemampuan dalam memasarkan atau sering dikenal. "Selling Skill". Pemahaman produk dan proses atau prosedur bank tidak lagi memadai untuk dapat memasarkan produk yang kini semakin kompleks yang ditawarkan kepada nasabah yang semakin pintar. Oleh karena itu para petugas pemasaran dalam bank harus lebih banyak memahami hal hal lain tidak hanya sekedar menjual suatu produk, mereka membutuhkan kemampuan untuk membangun hubungan dengan nasabah, sebelum lebih jauh melaksanakan penjualan sangat penting bagi sales di bank memahami dengan baik konsep dasar pemasaran. Menyusun rencana pemasaran, memahami segmentasi, produk dan siapa marketnya, termasuk dukungan lain sehingga proses menjual akan lebih baik dan efektif. (Umam, 2017)

Strategi pemasaran memang sangat dibutuhkan, karena tidak hanya pada Bank BNI Syariah saja yang memiliki produk pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) Griya ib Hasanah. Tetapi terdapat bank-bank lainnya juga yang menawarkan produk yang Serupa. Pemasaran yang baik dan tepat akan meningkatkan pendapatan dan menambah konsumen/debitur maka dari itu dalam. Berdasarkan masalah yang timbul maka penulis mengambil judul "Analisis Strategi Pemasaran Skema Produk Griya IB Hasannah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cirebon".

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana penelitian kualitatif sebagai metode ilmiah digunakan dan dilaksanakan oleh sekelompok peneliti dalam bidang ilmu sosial, termasuk juga ilmu pendidikan. (Sugiyono, 2015) Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. (Suharsimi Arikunto, 2013) Pada penelitian ini peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang di alami. (Iskandar, 2009)

Penelitian ini dilakukan di Bank BNI Syariah yang beralamat di Jln. Sisingamangaraja No. 28, Panjunan, Kec. Lemahwungkuk, Kota Cirebon, Jawa Barat 45112. Dalam penelitian ini untuk melengkapi data penelitian dibutuhkan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun sumber data primer adalah pengambilan data dengan instrumen pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen. Sedangkan data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan obyek yang akan diteliti pada penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Analisis Konsep Produk Griya IB Hasanah Bank BNI Syariah***

Pembiayaan Griya IB Hasannah merupakan solusi bagi masyarakat untuk mendapatkan membeli rumah, mendapatkan bahan bangunan untuk membangun atau merenovasi rumah "termasuk ruko, rukan, dan sejenisnya dan mendapatkan membeli tanah kavling siap bangun Yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar dengan akad murabahah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa alasan BNI mengeluarkan produk KPR karena sebagai lembaga keuangan yang terdaftar di ojk dan BI maka mewajibkan bisa menyalurkan pembiayaan yang sifatnya KPR jadi mengacu pada regulasi tersebut jadi BNI mengeluarkan produk griya sebagai produk KPR nya. Griya IB Hasannah sendiri terbentuk sesuai dengan tahun dibuat nya Bank BNI Syariah sebagai anak perusahaan BNI konvensional pada tahun 2008.



Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Bank Syariah berikut ini perbandingan KPR Konvensional dengan KPR Syariah :

Tabel 4.1 Perbandingan KPR Konvensional dan KPR Syariah JENIS KPR

No	BANK KONVENSIONAL	BANK SYARIAH
1	Syarat dan ketentuan ditetapkan bank pemberi kredit	Menggunakan prinsip Murabahah
2	Tenor berkisar 5 – 25 tahun	Cicilan tetap tidak ada sistem bunga
3	Suku bunga disesuaikan dengan naik turunnya BI rate	Tidak ada denda jika terlambat atau menunggak
4	Jika terlambat atau menunggak akan terkena denda	Tenor berkisar 5 – 15 tahun

Griya IB hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggotamasyarakat untuk membeli, membangun dan merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, apartemen dan sejenisnya), dan membelikan tanah kavling serta rumah indent yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah. dalam produk Griya IB Hasannah memiliki fitur utama yaitu Menggunakan prinsip syariah, Maksimum pembiayaan hingga Rp.25 Milyar, Jangka waktu pembiayaan s/d 20 tahun untuk pembelian kavling 10 tahun, Harga tetap sampai lunas sehingga memberikan kepastian dan ketenangan kepada nasabah, Bebas biaya administrasi, biaya provisi, dan biaya aparasi.

Teknik operasional pembiayaan murabahah diatur dalam SE BI No. 10/14/DPbS tanggal 17 Maret 2008, perihal pelaksanaan Prinsip Syariah dan kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelaksanaan jasa bank syariah. Teknik ini diformulasikan dalam bentuk sebuah persyaratan yang harus dipenuhi dalam proses pembiayaan murabahah yang secara subsantiasial tidak jauh berbeda dengan ketentuan yang ditetapkan oleh PBI No. 7/46/PBI/2005. Persyaratan ini merupakan panduan bagi para pihak, yaitu bank dan nasabah yang akan melakukan transaksi pembiayaan murabahah. Adapun persyaratannya yaitu sebagai berikut :

- a. Penyedia dana untuk pembelian barang adalah pihak bank yang bertindak selaku pihak penjual sementara nasabah adalah pihak pembeli barang.
- b. Barang yang merupakan obyek jual beli harus diketahui secara pasti baik menyangkut kuantitas, kualitas, harga perolehan, serta spesifikasinya.
- c. Setelah barang ada pihak bank harus menjelaskan kepada nasabah mengenai karakteristik pembiayaan murabahah.
- d. Bank melakukan analisis atas permohonan pembiayaan dari nasabah menyangkut aspek personality, aspek usaha, kapasitas usaha, keuangan, modal dan prospek usaha.

Secara garis besar, langkah langkah teknis yang ditetapkan oleh PBI dan SE BI bersumber dan diadaptasi dari fatwa DSN MUI No. 04/DSN MUI/IV/2000 tentang Murabahah. Penundaan pembayaran dalam Murabahah menurut fatwa DSN MUI, hanya diberlakukan bagi nasabah yang dinyatakan pailit. Adapun bagi nasabah yang mampu tetap ia menunda-nunda pembayaran dengan sengaja maka penyelesaiannya melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak dicapai kesepakatan melalui musyawarah. Ketentuan ini diadaptasi oleh PBI Pasal 10 Menurut pasal ini, pihak bank dapat memberikan potongan dari total kewajiban pembayaran kepada nasabah yang mengalami penurunan kemampuan pembayaran. Adapun masalah sengketa perbankan syariah diselesaikan dipengadilan agama atau sesuai akad. Artinya disamping pengadilan agama sengketa bisa juga diselesaikan melalui musyawarah, mediasi perbankan, Badan Arbitrase Syariah Nasional atau Artribase lain, dan pengadilan dalam lingkungan peradilan umum. (Wangsawidjaja, 2012) Mekanisme Akad Murabahah adalah sebagai berikut :

- a. Nasabah mengajukan permohonan kepada Bank untuk membeli barang.
- b. Bank dan nasabah melakukan negoisasi harga barang, persyaratan, dan cara pembayaran.
- c. Bank dan nasabah bersepakat melakukan transaksi dengan akad Murabahah.
- d. Bank membeli barang dari penjual/supplier sesuai spesifikasi yang diminta nasabah.
- e. Bank dan nasabah melakukan akad jual beli atas barang yang dimaksud.
- f. Nasabah menerima barang dan dokumen.
- g. Nasabah melakukan pembayaran sebesar pokok dan margin kepada bank secara diangsur.

Adapun konsep Griya IB Hasannah Produk BNI Griya lebih flexsibel sama dengan produk KPR pada Bank lain yaitu nasabah mengisi form data pribadi jika sudah terkumpul masuk kebagian analisa mengecek kebenaran data nasabah yang diberikan itu tugas analis untuk memverivikasi data tersebut jadi analisis adalah gerbang utama dalam pembiayaan layak atau tidak nya nasabah mendapatkan fasilitas pembiayaan Jika ada data yang tidak failed maka analis berhak memutus pembiayaan KPR tersebut. Lalu jika data tersebut lengkap dan failed maka akan diserahkan ke bagian persetujuan yaitu head analis". (Rianto Al Arip, 2018)

Dalam Griya Ib Hasannah ada beberapa pola yang diterapkan dimulai dengan menggunakan akad Murabahah, angsuran dalam pembiayaan nya bersifat tetap, tidak ada denda atau pinalty untuk nasabah, jangka waktu yang diberikan dalam angsuran selama 20 tahun untuk fix income dan non fix income 10 tahun, perhitungan Capacity Repaimentt 40% dari penghasilan, proses dalam pengajuan kpr griya ib hasaannah selama 14 hari kerja dari berkas lengkap yang diberikan nasabah dan minimal karyawan tetap selama 2 tahun lalu berusia 21 tahun. (Mughozi, 2020).

## ***Strategi Pemasaran Produk Griya IB Hasanah Bank BNI Syariah KC Cirebon***

Definisi Strategi menurut Thomson dan Stirckland (2004) adalah sekumpulan langkah-langkah kompetitif dan pendekatan-pendekatan bisnis yang digunakan oleh manajer untuk menarik dan memuaskan pelanggan, bersaing, mengembangkan bisnis, melaksanakan operasional sehari-hari dan mencapai tujuan yang ditargetkan. Strategi mengindikasikan pilihan-pilihan yang diambil tentang bagaimana perusahaan mendapatkan pelanggan, merespon, berkompetisi, mengembangkan bisnis, dan bagaimana cara untuk mencapai target. Agar produk yang ditawarkan tersampaikan kepada masyarakat luas maka perlu strategi yang jitu untuk menarik minat masyarakat berdasarkan wawancara dengan pihak BNI Syariah Kc Cirebon yaitu dengan melakukan silaturahmi kebagian developer baik developer lama dan developer baru, mengikuti pameran perumahan, memasang baligho, melakukan pendekatan dan kerjasama terhadap developer di wilayah 3 Cirebon, lalu memasang iklan melalui media sosial, surat kabar dan media cetak lainnya (Nugroho, 2020).

Disamping itu, dalam menawarkan produk griya IB Hasanah harus memberikan pelayanan maksimal karena biasanya nasabah pasti akan mencari pembanding ke semua Bank yang menawarkan fasilitas pembiayaan KPR, sebelum mengajukan pembiayaan tentunya ini menjadi peluang untuk Bank memberikan keunggulan yang ada pada produk KPR tersebut begitu juga dengan Bank BNI Syariah mempunyai penawaran ataupun strategi agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk Griya IB Hasanah diantaranya adalah :

- a. Memiliki Rate yang sangat bersaing.
- b. Biaya yang dikeluarkan untuk administrasi seperti notaris.
- c. Melakukan kerja sama dengan pihak developer.
- d. Melakukan kunjungan terhadap instansi atau perusahaan agar lebih mudah untuk proses pembiayaan.
- e. Mudah dan cepat dalam verifikasi data.

## ***Skema Produk Griya IB Hasanah Bank BNI Syariah***

### **a. Mekanisme Produk Griya IB Hasanah**

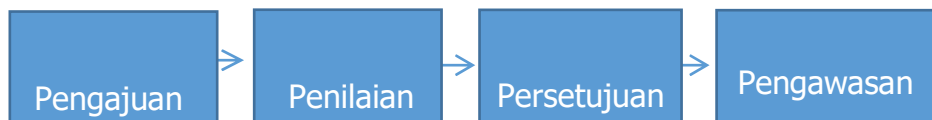
BNI Syari'ah Kantor Cabang Cirebon dalam melakukan pemberian produk pembiayaan perumahan berorientasi pada dua pokok yaitu untuk menjawab kebutuhan masyarakat pada bidang perumahan dan tujuan laba perusahaan sebagai suatu lembaga keuangan (Bank) proses pada pengajuan pembiayaan terdiri dari persyaratan pengajuan, analisa pendapatan sampai persetujuan untuk realisasi pembiayaan. Data yang harus dipenuhi oleh debitur pembiayaan adalah sebagai berikut :

- 1) Foto copy KTP suami istri yang masih berlaku (jika sudah menikah)
- 2) Pas foto 3x4@1 lembar
- 3) Foto copy kartu keluarga
- 4) Foto copy surat nikah/belum nikah/cerai

- 5) Fotocopy rekening tabungan 3 bulan terakhir
- 6) Fotocopy NPWP untuk pembiayaan > 50 juta
- 7) Surat keterangan masa kerja
- 8) Slip gaji terakhir/keterangan penghasilan
- 9) Fotocopy sertifikat rumah
- 10) Fotocopy PBB, SPPT dan IMB bangunan rumah
- 11) Surat persetujuan suami istri (jika sudah menikah)
- 12) Formulir permohonan pembiayaan

Proses dalam pemberian pembiayaan perumahan dikelompokkan menjadi tiga tahapan pokok, yaitu permohonan pengajuan, penilaian, persetujuan, pelaksanaan dan pengawasan. Dalam suatu proses analisa atas kemampuan membayar angsuran pembiayaan didasarkan pada personal budget yang pada umumnya berasal dari pendapatan bersih dari calon debitur. Berikut skema dalam pengajuan pemberian pembiayaan :

Gambar 4.3 Skema Pembiayaan



Sumber : Bank BNI Syariah

Keterangan skema proses pengajuan pembiayaan griya ib hasannah :

- 1) Pengajuan, Nasabah bertemu dengan pihak BNI Syariah untuk mengetahui syarat dan ketentuan dalam pembiayaan griya ib hasannah.
- 2) Penilaian, Pihak bank akan memeriksa kembali data nasabah apakah nasabah tersebut telah memenuhi syarat dan ketentuan pembiayaan.
- 3) Persetujuan, Pihak BNI Syariah telah menyetujui pengajuan pembiayaan dari nasabah, dimana nasabah tersebut telah sesuai dengan syarat dan ketentuan.
- 4) Pelaksanaan dan Pengawasan, Dalam proses ini antara bank, nasabah, dan developer akan bertemu untuk melihat keadaan rumah bahwa rumah yang diinginkan tersebut layak dan sesuai.

## b. Pengembangan SDM BNI Syariah

PT. Bank BNI Syariah selalu memberikan pelatihan, workshop, seminar dan kegiatan pengembangan diri yang rutin kepada seluruh karyawannya dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas kerja. Pelatihan yang diberikan berdasarkan jenis bidang pekerjaan karyawan tersebut. Contoh pelatihan yang diberikan adalah pelatihan pendidikan product knowledge maupun teknik komunikasi dan negosiasi untuk pegawai di frontliners dan tim saless. Untuk analisis pembiayaan diberikan pelatihan berupa appraisal. Untuk kalangan pejabat PT. BNI Syariah terdapat pelatihan BSMR (Badan Sertifikasi Manajemen Resiko) dan untuk beberapa pejabat bank sudah mengikuti pelatihan KYC (Know Your Customer) atau prinsip pengenalan nasabah.

### **c. Produk BNI Syariah**

Produk yang sangat inovatif serta dapat dimengerti akan keinginan konsumen sangatlah diperlukan. Dalam hal ini, pengembangan produk yang telah dilakukan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Cirebon adalah menambah fitur produk yang dapat memudahkan transaksi pembayaran pembiayaan yang dilakukan.

### **d. Harga**

Nilai margin yang berlaku merupakan hal yang sangat penting, karena besar kecilnya margin menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh calon debitur untuk mengambil pembiayaan jika di bank syariah. Sehingga nasabah tidak perlu khawatir akan besaran margin berapa yang selalu ditawarkan untuk produk pembiayaan griya ib hasannah.

### **e. Tempat**

BNI Syariah Kantor Cabang Cirebon memiliki fasilitas yang memadai. Karena lokasi yang strategis dan mudah dijangkau berada dilingkungan kota serta bekerja sama dengan ATM bersama

### **f. Promosi**

Dengan dilakukannya promosi merupakan salah satu upaya agar masyarakat dapat mengetahui produk dengan tujuan untuk menarik calo konsumen untuk membelinya. Promosi yang dilakukan oleh pihak BNI Syariah Dengan menyebarkan brosur, memasang iklan, mengikuti event perumahan, silaturahmi kepada developer.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah debitur skema produk griya IB Hasannah Bank BNI Syariah KC Cirebon disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk Griya IB Hasannah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cirebon, Griya IB hasannah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun dan merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, apartemen dan sejenisnya), dan membelikan tanah kavling serta rumah indent yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah. produk Griya IB Hasannah memiliki fitur utama yaitu Menggunakan prinsip syariah, Maksimum pembiayaan hingga Rp.25 Milyar, Jangka waktu pembiayaan s/d 20 tahun untuk pembelian kavling 10 tahun, Harga tetap sampai lunas sehingga memberikan kepastian dan ketenangan kepada nasabah, Bebas biaya administrasi, biaya provisi, dan biaya aparasi.
2. Strategi pemasaran di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cirebon, dilakukan dengan cara yaitu dalam melaksanakan strategi pemasaran Bank BNI Syariah KC Cirebon melakukan pemberian angsuran yang terjangkau dan ringan, melakukan pendekatan dan kerjasama terhadap developer di wilayah 3 Cirebon, memasang iklan melalui media sosial, surat kabar dan media cetak lainnya, serta membuat

acara event gathering bersama dengan para developer guna memperkuat kerjasama yang terjalin. Selain itu Bank BNI Syariah KC Cirebon mempunyai strategi penawaran yang menarik agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk Griya IB Hasannah diantaranya yaitu Memiliki Rate yang sangat bersaing, Biaya administrasi seperti notaris akan yang lebih terjangkau, Melakukan kunjungan terhadap instansi atau perusahaan agar lebih mudah untuk proses pembiayaan, serta proses yang mudah dan cepat dalam verifikasi data pembiayaan sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah.

3. Skema produk Griya IB Hasannah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cirebon, pada skema produk griya IB Hasannah bank BNI Syariah KC Cirebon memiliki strategi tentunya dengan melakukan pengambilan keputusan yang tepat maka pemasaran produk Griya IB Hasannah tersebut dapat dilakukan dengan sempurna. adapun skema produk Griya IB Hasannah di bank BNI Syari'ah KC Cirebon antara lain Pengajuan yaitu Nasabah bertemu dengan pihak BNI Syari'ah untuk mengetahui syarat dan ketentuan dalam pembiayaan griya ib hasannah, Penilaian yaitu Pihak bank akan memeriksa kembali data nasabah apakah nasabah tersebut telah memenuhi syarat dan ketentuan pembiayaan, Persetujuan yaitu pihak BNI Syari'ah telah menyetujui pengajuan pembiayaan dari nasabah, dimana nasabah tersebut telah sesuai dengan syarat dan ketentuan, tahap terakhir yaitu Pelaksanaan dan Pengawasan dalam proses ini antara bank, nasabah, dan developer akan bertemu untuk melihat keadaan rumah bahwa rumah yang diinginkan tersebut layak dan sesuai.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Gema Insani Press.
- Apriyanti, H. W. (2018). *Model Inovasi Produk Perbankan Syariah*. Jurnal Ekonomi Islam.
- Ashuri, S. (2015). *Ini Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- BNI Syariah. (n.d.). *From Griya ib hasannah*: Bnisyariah.Co.Id.  
<http://www.bnisyariah.co.id-id/personal/bnigriyaibhasannah>
- Fahmi I. (2017). *Manajemen Strategis*. Alfabeta.
- Haryanto, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik)*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014a). *Mengelola Bank Syariah*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014b). *Mengelola Kredit Secara Sehat*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2015). *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Gaung Persada.

- Kasmir. (2015). *Manajemen Perbankan*. Raja Grafindo Persada.
- Rianto Al Arip, N. D. (2018). *Manajemen Risiko Perbankan Syariah*. Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (pp. 22–23). PT. Rineka Cipta.
- Umam, K. (2017). *Perbankan Syariah Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*. Raja Grafindo Persada.
- Wahyuni, W. (2019). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Dan Musharakah Terhadap Profitabilitas Di Bprs Madinah Lamongan Periode 2014-2017. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(1), 105–116. <https://doi.org/10.30736/jesa.v4i1.61>
- Wangsawidjaja. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*. Raja Grafindo Persada.