

**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN iB OTOMOTIF
PADA BPR SYARIAH UNISIA INSAN INDONESIA**



Disusun Oleh:

Nama : Ari Aryanto

No.Mahasiswa : 14213057

Jurusan : Keuangan dan Perbankan

Program Studi Keuangan dan Perbankan

Program Diploma III Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

2017

**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN iB OTOMOTIF
PADA BPR SYARIAH UNISIA INSAN INDONESIA**

Laporan Magang

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Indonesia**

Disusun Oleh:

ARI ARYANTO

14213057

Program Studi Keuangan dan Perbankan

Program Diploma III Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

2017

HALAMAN PENGESAHAN

TERM OF REFERENCE

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN IB OTOMOTIF

PADA BPR SYARIAH UNISIA INSAN INDONESIA



Disusun Oleh:

Nama : Ari Aryanto

No.Mahasiswa : 14213057

Jurusan : Keuangan dan Perbankan

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal: 02 Juni 2017

Dosen Pembimbing



(Dityawarman El Aiyubbi SE;M.E.K)

HALAMAN PERSETUJUAN

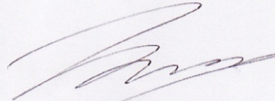
Setelah membaca dan meneliti serta memberikan saran perubahan
seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tugas akhir
saudara:

Nama : Ari Aryanto
No.Mhs : 14213057
Jurusan : Keuangan dan Perbankan
Judul : Strategi Pemasaran Pembiayaan iB Otomotif Pada Bank
Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia

Telah disetujui untuk diajukan dalam ujian tugas akhir sebagai salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 02 Juni 2017

Dosen Pembimbing



(Dityawarman El Aiyubbi SE;M.E.K)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

"Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku".

Yogyakarta, 02 Juni 2017

Penulis



Ari Aryanto

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.wb

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayat, nikmat, berkah, dan kemudahan sehingga Tugas Akhir yang berjudul “Prosedur Pembiayaan iB Modal Usaha pada BPR Syariah Unisia Insan Indonesia” ini terselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan apresiasi dan rasa terimakasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya kepada penulis.
2. Ibu Dra. Nurfauziyah, MM, selaku ketua Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dityawarman El Aiyubbi SE;M.E.K, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
4. Seluruh keluarga, terutama bapak dan Ibu serta saudara saya yang selalu memberikan do'a, nasehat dan dukungannya.
5. Bapak Basrawi Yudi Nugroho selaku direktur utama BPR Syariah Unisia Insan Indonesia yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan magang.
6. Seluruh karyawan Bank BPR Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta terutama Bapak Indra selaku Operation Unit Head, Ibu Brenda, Ibu Inka, bapak

arif selaku marketing dan ibu Rizka selaku Customer Service yang telah membantu dan memberikan ilmunya selama pelaksanaan magang.

7. Semua pihak-pihak yang telah membantu terselesaikannya Laporan Tugas Akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Harapan saya laporan Tugas Akhir ini dapat membantu mengembangkan ilmu pengetahuan kami dan para pembaca. Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Semoga Laporan Tugas Akhir dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun para pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 02 Juni 2017



Ari Aryanto

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persetujuan	iv
Pernyataan Bebas Penjiplakan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
 BAB I: PENDAHULUAN	 1
1.1 Dasar Pemikiran Magang.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	2
1.3 Target Magang.....	2
1.4 Bidang Magang.....	3
1.5 Lokasi Magang.....	3
1.6 Jadwal Magang.....	3
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	4
 BAB II: LANDASAN TEORI	 6
2.1 Bank Syariah.....	6
2.1.1 Pengertian Bank Syariah.....	6
2.1.2 Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional.....	6
2.1.3 Produk dan Layanan Bank Syariah.....	7
2.2 Pembiayaan.....	10
2.2.1 Pengertian Pembiayaan.....	10
2.2.2 Konsep Pembiayaan Syari'ah.....	11
2.2.3 Sifat Penggunaan Pembiayaan.....	16
2.2.4 Fungsi Pembiayaan.....	16
2.2.5 Prinsip Pembiayaan.....	17
2.3 Pemasaran.....	18
2.3.1 Definisi Pemasaran.....	18
2.3.2 Pengertian Pemasaran Syariah.....	18
2.3.3 Perbedaan Pemasaran Syariah dan Pemasaran Konvensional.....	19

2.4 Strategi Pemasaran.....	19
2.4.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	19
2.4.2 Manfaat Rencana Pemasaran.....	20
2.4.3 Faktor-faktor Strategi Pemasaran.....	20

BAB III: ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum.....	23
3.1.1 Profil Perusahaan.....	23
3.1.2 Visi dan Misi.....	23
3.1.3 Struktur Organisasi BPR Syariah Unisia Insan Indonesia	24
3.1.4 Uraian Tugas (<i>Job Descriptions</i>).....	25
3.1.5 Produk-produk BPR Syariah Unisia Insan Indonesia.....	28
3.2 Data Khusus.....	32
3.2.1 Produk Pembiayaan iB Otomotif BPRS Unisia Insan Indonesia.....	32
3.2.2 Strategi Pemasaran Pembiayaan iB Otomotif.....	34

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan.....	37
4.2 Saran.....	38

Daftar Pustaka
lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Pelaksanaan Kegiatan Magang.....	4
Tabel 2.1: Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional.....	7
Tabel 2.3: Perbedaan Pemasaran Syariah dengan Pemasaran Konvensional.....	19
Tabel 3.1: Dokumen Persyaratan.....	33
Tabel 3.2 : Ilustrasi Angsuran Pembiayaan.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1: Struktur Organisasi Bank Perkreditan Rakyat Syariah UII.....	24
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Aplikasi Permohonan Pembiayaan.....	
Lampiran : Tabel Ilustrasi Angsuran Pembiayaan.....	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran

Dunia bisnis perbankan yang tumbuh dengan pesat membuat persaingan antar bank di Indonesia semakin meningkat baik itu bank syariah maupun bank konvensional. sehingga bank dituntut memiliki strategi pemasaran agar dapat meningkatkan nilai jual produk bank tersebut. Pemasaran memiliki peranan sangat penting dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009) Pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Di kota Yogyakarta banyak kaula muda maupun orang tua yang ingin memiliki kendaraan impian, baik roda 2, roda 4 maupun kendaraan lainnya untuk keperluan usaha, sehingga untuk meningkatkan daya saing bagi bank syariah, maka bank syariah melakukan berbagai inovasi terhadap produknya. Salah satu produk bank syariah adalah pembiayaan Otomotif. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta, menyediakan berbagai produk pembiayaan diantaranya adalah produk Pembiayaan iB Otomotif dengan menggunakan akad *murabahah* (Jual Beli) dimana BPRS Unisia Insan Indonesia menyediakan kendaraan bagi nasabah yang ingin memiliki kendaraan impian atau kendaraan untuk keperluan usaha.

Berdasarkan uraian di atas judul Tugas Akhir yang dipilih untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk yang ada di Bank BPR Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta dalam menghadapi persaingan di dunia perbankan adalah “STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN iB OTOMOTIF PADA PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH UNISIA INSAN INDONESIA”.

1.2 Tujuan Magang

Berdasarkan judul tugas akhir yang dipilih, maka tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan magang di PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta adalah sebagai berikut;

1. Untuk mengetahui tentang produk Pembiayaan iB otomotif pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Pembiayaan iB Otomotif pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta.

1.3 Target Magang

Didalam sebuah kegiatan tentunya memiliki target yang ingin dicapai agar nantinya kita mengerti berhasil atau tidaknya kegiatan tersebut.

1. Mampu menjelaskan tentang produk Pembiayaan iB Otomotif pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta.
2. Mampu menjelaskan bagaimana Strategi Pemasaran Pembiayaan iB Otomotif pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta.

1.4 Bidang Magang

Bidang magang bagian Marketing. Tugas marketing merupakan bagian dari perusahaan yang berperan penting dalam menentukan kemajuan perusahaan tersebut. Ada beberapa cabang yang merupakan bagian dari marketing yaitu bidang promosi, sales dan komunikasi pemasaran.

1.5 Lokasi Magang

Kegiatan magang akan dilaksanakan di PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta

Alamat : Jl. Cik Di Tiro No 1 Yogyakarta, 55223

No.Telepon : (0275) 566510, 546933

Fax : (0274) 563207

Hp : 0812 737 70770

E-mail : bprsyariah.iii@gmail.com

1.6 Jadwal Magang

Kegiatan magang akan dilaksanakan di PT. Bank Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta dilaksanakan mulai tanggal 30 Mei – 30 Juni 2016. Rincian kegiatan magang dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Pelaksanaan Kegiatan Magang

No	Keterangan	Waktu pelaksanaan magang											
		Mei 2016				Juni 2016				Juni 2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pencarian perusahaan dan survei lokasi Magang												
2	Penulisan <i>Term Of reference</i>												
3	Kegiatan Magang												
4	Pengumpulan teori-teori												
5	Pengumpulan Data												
6	Bimbingan												
7	Penyusunan Laporan Magang												
8	Uji Tugas Akhir												
9	Uji Kompetensi												

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2016

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Laporan Tugas Akhir ini berisi 4 BAB diantaranya :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan ini menjelaskan mengenai dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang yang telah dituliskan dalam ToR magang dan sistematika penulisan laporan TA.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori berisi tentang teori-teori yang akan digunakan untuk pemecahan masalah yang akan menjadi isi dari laporan magang, selain itu pembahasan dalam landasan teori berguna untuk menyusun kesimpulan dan rekomendasi kegiatan magang.

BAB III ANALISIS DESKRIPTIF

Bab ini terdiri dari data umum dan data khusus. Data umum menjelaskan gambaran umum tempat magang diantaranya sejarah singkat perusahaan, profil perusahaan, visi dan misi, nilai dasar dan produk yang ada di bank tersebut beserta akad yang digunakan. Sedangkan data khusus mendeskripsikan data hasil temuan di lapangan yang sesuai dengan topic yang diangkat.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang inti dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya sehingga para pembaca lebih mudah untuk memahami hasil dari kegiatan magang yang dilakukan oleh penulis. Saran berisi tentang masukan-masukan yang sifatnya membangun baik itu untuk penulis maupun perusahaan yang dijadikan sebagai tempat kegiatan magang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran penting dalam pembangunan suatu negara. Fungsi utama dari perbankan adalah sebagai lembaga intermediasi keuangan, yakni menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat (UU No 10 Tahun 1998 pasal 1 ayat 2 Tentang perbankan).

Di Indonesia saat ini selain bank konvensional, perkembangan bank syariah juga semakin meningkat. Fungsi dari bank syariah hampir sama dengan bank konvensional pada umumnya namun perbankan syariah menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah.

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam (Ali, 2008).

2.1.2 Perbedaan Bank syariah dengan Bank Konvensional

Menurut Syafi'I Antonio (2001) terdapat banyak perbedaan mendasar diantara bank konvensional dan bank syariah. Perbedaan itu menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang di biayai dan lingkungan kerja.

Berikut adalah perbedaan bank syariah dan bank konvensional secara operasional seperti yang tercantum pada tabel 2.1

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

BANK SYARIAH	BANK KONVENSIONAL
Melakukan investasi-investasi yang halal saja.	Melakukan investasi yang halal dan haram.
Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa.	Memakai perangkat bunga.
<i>Profit dan falah oriented.</i>	<i>Profit oriented.</i>
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitur-debitur.
Penghimpunan dana penyaluran dan harus sesuai dengan fatwa dewan pengawas syariah (DPS).	Tidak terdapat dewan pengawas syariah.

Sumber : Syafi'i Antonio (2001)

2.1.3 Produk dan Layanan bank Syariah

A. Produk Bank Syariah

Menurut Muhammad (2006) produk yang ada di bank syariah di bagi menjadi 2 yaitu produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana.

Produk-produk yang terdapat pada bank syariah yaitu :

1. Produk Penghimpun Dana

- 1) Giro *Wadi'ah* yaitu dana dari nasabah yang dititipkan di bank yang nantinya nasabah berhak mengambilnya dan berhak mendapatkan bonus dari keuntungan pemanfaatan dana giro oleh bank dan besarnya bonus tidak ditetapkan di muka.
- 2) Tabungan *Mudharabah* yaitu dana yang disimpan nasabah dan dapat di ambil sewaktu-waktu yang nantinya nasabah akan

mendapatkan keuntungan. Keuntungan akan diberikan kepada nasabah berdasarkan kesepakatan bersama.

- 3) *Deposito Investasi Mudharabah* yaitu dana yang disimpan nasabah hanya bisa ditarik berdasarkan jangka waktu yang telah ditentukan, dan nasabah akan mendapatkan bagi hasil keuntungan berdasarkan kesepakatan bersama.

2. Produk Penyaluran Dana

- 1) *Mudharabah* yaitu Bank menyediakan pembiayaan modal investasi atau modal kerja hingga 100 persen, sedangkan nasabah menyediakan usaha dan manajemennya. Bagi hasil keuntungan melalui perjanjian yang sesuai dengan proporsinya.
- 2) *Salam* adalah pembiayaan kepada nasabah untuk membuat barang tertentu atas pesanan pembeli. Bank akan memberikan dana pembiayaan di awal untuk membuat barang tersebut setelah adanya kesepakatan tentang harga jual kepada pembeli. Barang yang akan dibeli berada dalam tanggungan nasabah dengan ciri-ciri yang telah ditentukan.
- 3) *Istishna'* adalah pembiayaan kepada nasabah yang terlebih dahulu memesan barang kepada bank atau produsen lain dengan kriteria tertentu, kemudian nasabah dan bank membuat perjanjian yang mengikat tentang harga jual dan cara pembayarannya.

- 4) *Ijarah* adalah penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir sewa (*Financial Lease*).
- 5) *Murabahah* adalah pembiayaan pembelian barang lokal ataupun internasional. Pembiayaan ini dapat di aplikasikan untuk tujuan modal kerja dan pembiayaan investasi baik jangka panjang maupun jangka pendek. Bank akan mendapatkan keuntungan dari harga barang yang di naikan.
- 6) *Al-Qardhul Hasan* adalah pinjaman lunak bagi pengusaha yang benar-benar kekurangan modal. Nasabah tidak perlu membagi keuntungan kepada bank tetapi hanya membayar biaya administrasi.
- 7) *Musyarakah* adalah pembiayaan sebagian dari modal usaha keseluruhan, dimana pihak bank akan dilibatkan dalam proses manajemen. Pembagian keuntungan berdasarkan perjanjian.

B. Layanan Bank Syariah

Selain bank mendapatkan dananya melalui produk penghimpun dana dan penyaluran dana, bank juga memiliki layanan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi di bank syariah. Menurut Antonio (2001) Layanan Bank Syariah adalah sebagai berikut :

- 1) *Wakalah* adalah pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada orang lain dalam hal-hal yang diwakilkan

- 2) *Kafalah* merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.
- 3) *Hiwalah* adalah pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam istilah ulama, hal ini merupakan pemindahan beban utang dari orang yang berutang (*muhil*) menjadi tanggungan orang yang berkewajiban membayar utang (*muhal, alaihi*).
- 4) *Ar-Rahn* adalah menahan salah satu harta milik sipeminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah jaminan utang atau gadai.
- 5) *Al-Qard* adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

2.2 Pembiayaan

2.2.1 Pengertian Pembiayaan

Pada dasarnya fungsi utama bank syariah tidak jauh beda dengan fungsi bank konvensional yaitu menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Dalam prakteknya bank syariah menyalurkan dana yang diperolehnya dalam bentuk

pemberian pembiayaan baik itu pembiayaan modal usaha maupun untuk konsumsi.

Sesuai dengan peraturan bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007, pembiayaan didefinisikan sebagai penyediaan dana atau tagihan atau piutang yang dapat dipersamakan dengan itu. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syari'ah definisi pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu. Berdasarkan Pasal 1 angka 12 Undang-Undang nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah salah satu jenis dan kegiatan usaha lembaga keuangan syari'ah untuk menyediakan dana atau tagihan kepada masyarakat atau nasabah dengan kewajiban mengembalikan dana atau imbalan (*margin*) atau bagi hasil.

2.2.2 Konsep Pembiayaan syari'ah

Menurut Dadan Muttaqien (2009) mengatakan, Secara konseptual sebagaimana dalam lembaga keuangan lainnya, pembiayaan dengan prinsip syari'ah dapat dibagi menjadi 3 golongan besar, yaitu pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, pembiayaan dengan prinsip jual beli, dan pembiayaan dengan prinsip sewa. Berikut penjelasan masing-masing:

1. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil ini ada 2 model yaitu dengan model *mudharabah* dan model *musyarakah*.

a. *Mudharabah*

Mudharabah disebut juga dengan *qiradh*. Pengertian *mudharabah* ialah akad antara dua pihak di mana salah satu pihak mengeluarkan sejumlah uang (sebagai modal) kepada pihak lainnya untuk diperdagangkan. Laba dibagi dua sesuai dengan kesepakatan. Mirza Gamal memberi definisi *mudharabah* sebagai akad kerjasama usaha antara dua pihak dengan ketentuan pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola, dan keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam akad.

Aplikasi *mudharabah* dalam pembiayaan oleh lembaga keuangan syari'ah sebagai pembiayaan terdapat dua jenis, yaitu;

1. *Mudharabah mutlaqah (unrestricted)*

Mudharabah Mutlaqah adalah *mudharabah* yang *shahibul maal*-nya memberikan otoritas sepenuhnya kepada pengelola dana untuk menginvestasikan atau memutar uangnya. *Mudharabah* semacam ini merupakan aplikasi *mudharabah* klasik. Memang pada awalnya, *mudharabahi* mensyaratkan harus bersifat mutlak. Pihak pemilik modal, menurut mazhab Maliki dan Syafi'I, tidak boleh membatasi

pihak pengelola *mudharib* dengan syarat-syarat tertentu. Jika ada syarat maka akad *mudharabah* menjadi *fasid* (rusak).

2. *Mudharabah Muqayyadah (restricted)*

Mudharabah Muqayyadah adalah *mudharabah* yang memberikan kesempatan kepada pemilik dana untuk memberikan batasan kepada *mudharib*. Batasan tersebut antara lain meliputi jenis investasi, tempat investasi, serta pihak-pihak yang dibolehkan terlibat dalam investasi. *Mudharabah Muqayyadah* semacam ini adalah *mudharabah* yang paling umum di praktikan oleh lembaga keuangan sebagai pembiayaan. Jika pihak lembaga pembiayaan tidak memberikan syarat, maka dikhawatirkan pengelolaan dana atau usaha yang dilakukan oleh *mudharib* tidak optimal dan tujuan untuk mendapatkan hasil yang akan dibagi tidak tercapai.

3. *Musyarakah*

Musyarakah adalah transaksi penanaman dana dua atau lebih pemilik dana atau barang untuk menjalankan usaha tertentu sesuai syari'ah dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan *nisbah* yang disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing. Dalam fiqih sunnah, *syirkah* didefinisikan sebagai akad antara dua orang yang berserikat dalam modal dan keuntungan. Praktik yang berjalan pada lembaga keuangan sebagai pembiayaan adalah bersama-sama nasabah bertindak sebagai mitra dengan bersama-sama menyediakan dana atau

barang untuk membiayai suatu kegiatan usaha tertentu. Nasabah bertindak sebagai pengelola dan bank sebagai mitra usaha. Bank dapat ikut serta dalam pengelolaan usaha sesuai dengan tugas dan wewenang yang disepakati.

2. Pembiayaan dengan prinsip jual beli

a. *Murabahah*

Menurut Sayyid Sabiq dalam fiqh sunnah, definisi *murabahah* adalah penjualan dengan harga pembelian barang berikut untungnya yang diketahui. lebih mudahnya, *murabahah* adalah akad jual beli suatu barang dimana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri atas harga pokok barang dan tingkat keuntungan tertentu atas barang sesuai dengan kesepakatan penjual dan pembeli. Karakteristiknya, penjual harus menyebutkan harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya dalam penjualan produk tersebut.

b. *Salam*

Salam atau *salaf* atau *bai' al-mahawijj* merupakan jual beli barang dengan kriteria tertentu dan pembayaran sekarang namun barang diterima kemudian. Adapun syarat-syarat akad *salam* mengikuti syarat jual beli secara umum, hanya saja belum diikuti dengan penyerahan barang. Jual beli dianggap sah jika barang sudah diterimakan dari penjual kepada pembeli. Pada praktik pembiayaan di lembaga pembiayaan syari'ah, jual beli *salam* tidak dilakukan secara

tunggal. Maksudnya adalah, pihak pembiayaan hanya melakukan akad *salam* dengan produsen, kemudian akad tersebut diteruskan dengan akad *salam* pula kepada nasabah. Praktik semacam itu dinamakan salam parallel.

c. *Istishna'*

Istishna' merupakan bentuk khusus dari jual beli *salam*. Jika dalam akad *salam* barang dipesan sudah jelas-jelas harus ada, tetapi dalam *istishna'*, barang yang dipesan tidak harus ada. *Istishna'* adalah akad bersama produsen untuk suatu pekerjaan tertentu dalam tanggungan, atau jual beli suatu barang yang akan dibuat oleh produsen termasuk dalam penyediaan bahan bakunya. Dalam *istishna'* harus jelas bahan bakunya, karena kalau bahan baku berasal dari pemesan, maka akad tersebut menjadi *ijarah*, karena produsen hanya mengerjakan proses pembuatannya saja tanpa andil terhadap bahannya atau hanya keluar tenaganya saja.

3. Pembiayaan dengan prinsip sewa menyewa

a. *Ijarah*

Ijarah adalah jenis akad untuk mengambil manfaat dengan konpensasi. Peraturan bank Indonesia mendefinisikan *ijarah* dengan transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau jasa antara pemilik objek sewa termasuk kepemilikan hak pakai atas objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakan. Praktik operasional lembaga

pembiayaan syari'ah sebagai pemodal dalam pembiayaan menggunakan akad *ijarah* ini terbagi dalam dua macam yakni *ijarah* biasa dan multi jasa.

b. *Ijarah muntahiyah bittamlik* atau *ijarah wal iqtina*

Ijarah muntahiyah bittamlik adalah transaksi sewa menyewa antara pemilik objek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakannya dengan opsi perpindahan hak milik objek sewa. Praktikanya, lembaga pembiayaan sebagai pemilik objek sewa juga bertindak sebagai pemberi janji (*wa'ad*) untuk memberikan opsi pengalihan kepemilikan atau penguasaan objek sewa kepada nasabah.

2.2.3 Sifat Penggunaan Pembiayaan

Menurut Muhammad (2002;91) sifat penggunaan pembiayaan dibedakan dua hal. Yaitu :

1. Pembiayaan Produktif, pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
2. Pembiayaan konsumtif, pembiayaan yang dipergunakan untuk memenuhi konsumsi yang akan habis untuk memenuhi kebutuhan.

2.2.4 Fungsi Pembiayaan

Menurut Ismail (2001) pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan untuk meningkatkan usahanya. Masyarakat merupakan individu, pengusaha,

lembaga, badan usaha dan lain-lain yang membutuhkan dana. Adapun beberapa fungsi pembiayaan antara lain :

1. Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar menukar barang dan jasa.
2. Pembiayaan merupakan alat yang digunakan untuk memanfaatkan *idle fund*.
3. Pembiayaan sebagai alat pengendali harga.
4. Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi.

2.2.5 Prinsip Pembiayaan

Menurut Ismail (2011) beberapa prinsip dasar yang perlu dilakukan sebelum memutuskan permohonan pembiayaan yang diajukan oleh calon nasabah antara lain dikenal dengan prinsip 5C yang digunakan oleh bank dalam memberikan pembiayaan, yaitu :

1. *Character* (karakter)

Menggambarkan watak dan kepribadian calon nasabah. Bank perlu melakukan analisis terhadap karakter calon nasabah dengan tujuan untuk mengetahui bahwa calon nasabah mempunyai keinginan untuk memenuhi kewajiban membayar kembali pembiayaan yang telah diterima hingga lunas.

2. *Capacity* (Kemampuan)

Analisis ini ditujukan untuk mengetahui kemampuan keuangan calon nasabah dalam memenuhi kewajibannya sesuai jangka waktu pembiayaan.

3. *Capital* (Modal)

Capital merupakan jumlah modal yang dimiliki oleh calon nasabah atau jumlah dana yang akan disertakan dalam proyek yang dibiayai. Semakin besar modal yang dimiliki semakin meyakinkan bagi bank akan keseriusan calon nasabah dalam mengajukan pembiayaan dan pembayaran kembali.

4. *Collateral* (Jaminan)

Agunan yang diberikan oleh calon nasabah atas pembiayaan yang diajukan. Dalam hal nasabah tidak dapat membayar angsurannya, maka bank syariah dapat melakukan penjualan terhadap agunan.

5. *Condition of Economy* (Kondisi Ekonomi)

Merupakan Analisis terhadap kondisi perekonomian. Bank perlu mempertimbangkan sektor usaha calon nasabah dikaitkan dengan kondisi ekonomi.

2.3 Pemasaran

2.3.1 Definisi Pemasaran

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009) Pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

2.3.2 Pengertian Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah merupakan penerapan suatu disiplin bisnis strategi yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Pemasran berhubungan dengan

suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat.

2.3.3 Perbedaan Pemasaran Syariah dan Pemasaran Konvensional

Berikut adalah perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah secara operasional seperti tercantum pada tabel 2.2

Tabel 2.3 Perbedaan Pemasaran Syariah dengan Pemasaran Konvensional

No	Keterangan	Pemasaran Syariah	Pemasaran Konvensional
1	Konsep dan Filosofi Dasar.	Berdasarkan Ketuhanan.	Bebas nilai dan tidak mendasarkan keTuhanan dalam aktivitasnya.
2	Etika Pemasar.	Jujur dalam menceritakan kelebihan dan kekurangan atas produk yang ditawarkan.	Melebih-lebihkan produk yang ditawarkan.
3	Pendekatan Terhadap Konsumen.	Konsumen adalah mitra.	Konsumen adalah objek untuk mencapai target penjualan semata.
4	Cara Pandang Terhadap Pesaing	Tidak ada pesaing.	Pesaing adalah lawan yang harus dikalahkan atau dimatikan.

Sumber : Arif (2010)

2.4 Strategi Pemasaran

2.4.1 Pengertian Strategi Pemasaran

Perencanaan strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan mengenai penggunaan factor-faktor pemasaran yang dapat dikendalikan untuk mencapai sasaran belum ditentukan dengan jelas, maka tidak banyak gunanya perencanaan. Oleh karena itu, langkah pertama dalam perencanaan strategi pemasaran adalah menetapkan sasaran.

Agar bermanfaat, sasaran-sasaran itu hendaklah cukup spesifik, dan prestasi dalam pencapaiannya haruslah dapat diukur. Suatu sasaran “memaksimalkan laba”

tidaklah kriteria ini terpenuhi apabila maksimum yang dapat dicapai tidak diketahui. Pertumbuhan bukanlah suatu tujuan yang bermakna sebelum ia dinyatakan dalam tingkat pertumbuhan tertentu tercapai atau tidak tercapai.

2.4.2 Manfaat Rencana Pemasaran

Perencanaan merupakan langkah awal untuk melaksanakan suatu kegiatan, karena kegiatan tanpa adanya perencanaan yang baik akan menghasilkan hasil yang kurang baik pula. Perencanaan pemasaran yang dibuat oleh perusahaan harus memiliki manfaat yang sangat besar dalam pengembangan perusahaan. Menurut Saladin (1994) manfaat perencanaan yaitu:

1. Mendorong cara berfikir yang sistematis bagi seluruh manajemen;
2. Mendorong peningkatan prestasi untuk kepentingan pengendalian;
3. Memberikan koordinasi lebih baik bagi kegiatan perusahaan;
4. Melatih eksekutif dan mempertajam pencapaian tujuan juga kebijakan perusahaan;
5. Menjadikan perusahaan lebih siap dalam menghadapi perkembangan yang mendadak; dan
6. Eksekutif memiliki sikap dan rasa yang lebih dinamis dalam mengembangkan tanggung jawab yang saling berkaitan.

2.4.3 Faktor-faktor Strategi Pemasaran

Terdapat banyak factor yang dapat dikendalikan maupun tidak dapat dikendalikan yang mempengaruhi strategi pemasaran. Adapun factor-faktor tersebut antara lain:

A. Faktor Strategi Pemasaran yang dapat dikendalikan

1. Produk

adalah salah satu faktor terpenting yang dapat dikendalikan oleh manajer pemasaran dan dalam banyak hal merupakan alat yang paling efektif baginya. Produk dapat diubah dengan berbagai cara untuk meningkatkan tercapainya sasaran pemasaran, misalnya dengan cara kualitasnya dapat ditingkatkan, ukurannya, bentuknya, warnanya, variasinya dan lain sebagainya.

2. Distribusi

Para perencana strategi pemasaran memiliki banyak pilihan bagi kebijakan distribusinya. Ia dapat memilih daerah mana ia akan memasarkan produknya, dan di daerah mana yang tidak akan dimasukinya. Apabila barang yang didistribusikan ke daerah yang tepat maka tingkat penjualan akan meningkat dan labapun akan meningkat pula.

3. Harga

Harga yang akan ditawarkan untuk suatu produk adalah faktor yang dapat dikendalikan dalam batas-batas tertentu. Seorang penjual dapat memilih untuk bersaing dalam harga dan menetapkan harganya lebih rendah dari harga para saingan.

4. Promosi

Para manajer pemasaran dapat memilih pemakaian alat-alat promosi dalam berbagai jumlah dan kombinasi. Mereka dapat memilih memakai iklan sebagai metode utama untuk komunikasi dengan konsumen, atau dapat memilih dari berbagai tipe media misalnya televise, radio, surat kabar, dan majalah.

B. Faktor-faktor strategi pemasaran yang tidak dapat dikendalikan

1. Permintaan

Strategi pemasaran dapat digunakan untuk mengubah permintaan yang terpendam menjadi permintaan yang efektif dengan menawarkan suatu produk atau jasa-jasa dengan cara yang sesuai dengan kekuatan permintaan yang terpendam itu.

2. Persaingan

Keadaan persaingan sekarang, perkiraan persaingan dimasa depan, dan antisipasi tindakan pembalasan dari pihak saingannya tentulah akan mempengaruhi perencanaan strategi pemasaran.

3. Struktur Distribusi

Kebanyakan para penjual harus mencapai pasar untuk produk mereka, melalui struktur distribusi yang sudah ada.

4. Hukum pemasaran

Terdapat banyak hambatan hukum yang telah dikenakan terhadap para penjual demi untuk melindungi kepentingan masyarakat misalnya, seorang penjual mungkin memutuskan akan menjual produknya kepada masing-masing *segment* pasar dengan harga maksimum yang bersedia dibayar oleh *segment* pasar tersebut.

5. Biaya Non Pemasaran

Dalam merencanakan strategi pemasaran, biaya-biaya non-pemasaran seperti biaya produksi dan umum (*overhead*), juga menimbulkan keterbatasan pada strategi yang dapat direncanakan.

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Profil Perusahaan

PT.BPR Syariah Unisia Insan Indonesia berkedudukan di jalan Cik Di Tiro No.1 Yogyakarta didirikan dengan akte Dr.H.Budi Untung, SH, MM. Notaris dan PPAT di Yogyakarta No. 15 tanggal 15 April 2015 dan berkedudukan di Yogyakarta yang telah di sahkan dengan keputusan menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No.AHU-2434676.AH.01.01 Tahun 2015. Tanda Daftar Perusahaan Perseroan Terbatas No.120516402339. Tanda Izin Gangguan No.0907/1685.GK/2015. NPWP No.73.513.804.2-541.000. Modal disetor perseroan sebesar Rp.8.000.000.000 (Delapan Miliar Rupiah), sedangkan modal dasar perseroan sebesar Rp.20.000.000.000 (Dua Puluh Miliar Rupiah) terdiri atas 20.000 (Dua Puluh Ribu) lembaran saham @Rp.1.000.000 (Satu Juta Rupiah).

3.1.2 Visi dan Misi

Setiap organisasi maupun perusahaan harus mempunyai visi dan misi guna mengemban amanat yang dipercayakannya agar tepat sasaran, visi yang berisi tujuan dari BPR Syariah Unisia Insan Indonesia yang hendak dicapai dan misi yaitu langkah untuk mewujudkan tujuan daripada misi tersebut.

a. Visi

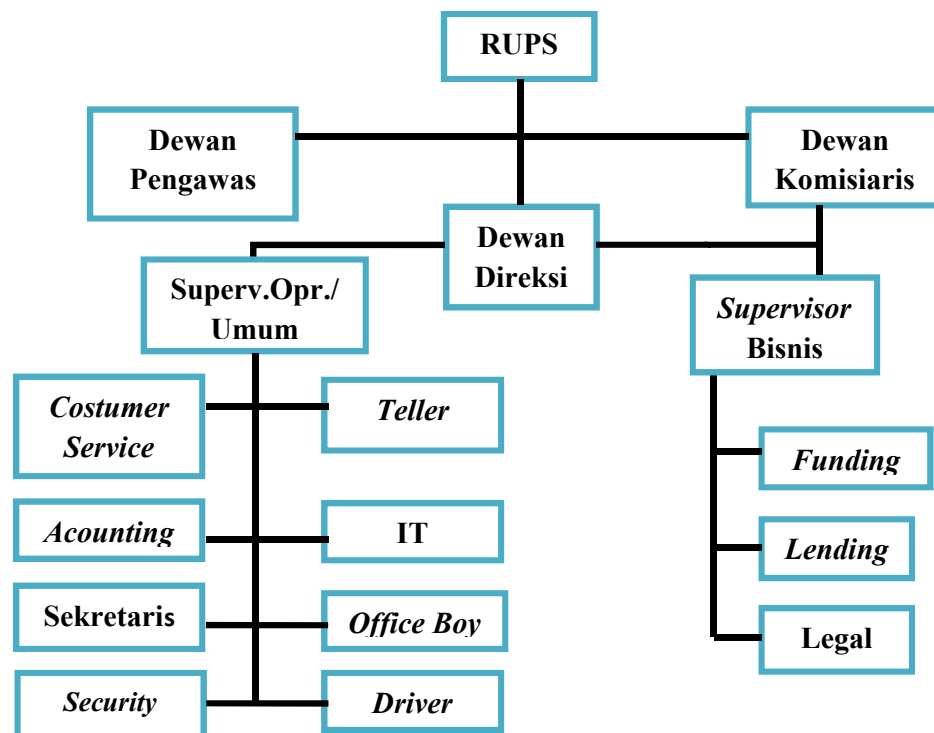
Mewujudkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebagai lembaga keuangan yang unggul dalam nilai edukasi dan inovasi bisnis syariah

b. Misi

- Menjadikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia Sebagai rujukan dalam inovasi bisnis syariah
- Menumbuh kembangkan dunia usaha dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat

3.1.3 Struktur Organisasi BPR Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka yang sangat penting dalam suatu lembaga, fungsinya adalah untuk menetapkan wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing anggota atau karyawan. Struktur organisasi pada BPR Syariah Unisia Insan Indonesia adalah.



Sumber : BPR Syariah Unisia Insan Indonesia 2016

Gambar 3.1 Struktur Organisasi BPR Syariah Unisia Insan Indonesia Yogyakarta

3.1.4 Uraian Tugas (*Job Descriptions*)

1. RUPS adalah organ perusahaan yang memegang kekuasaan tertinggi dalam perusahaan dan memegang segala kewenangan yang tidak diserahkan kepada Direksi, Dewan Komisaris atau Dewan Pengawas Syariah.
2. Dewan Pengawas Syariah adalah dewan yang melakukan pengawasan terhadap pemenuhan prinsip syariah dalam kegiatan usaha bank dan bertindak sebagai pengawas, penasehat dan pemberi saran kepada direksi, pimpinan divisi syariah, dan pimpinan kantor cabang syariah mengenai hal-hal yang terkait dengan prinsip syariah.
3. Dewan Komisaris sebuah dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur serta melakukan pengawasan atas kebijaksanaan direksi dalam menjalankan perseroan serta memberikan nasehat kepada direksi.
4. Dewan Direksi adalah salah satu organ perseroan yang memiliki kewenangan penuh atas pengelolaan dan hal-hal terkait kepentingan perseroan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan.
5. *Supervisor Operasional/Umum* melakukan koordinasi untuk pengawasan semua aktivitas yang dilakukan oleh staff perbankan di bank. Koordinasi tersebut dilakukan agar kegiatan operasional perbankan bisa berjalan dengan maksimal dan tidak ada kegiatan operasional yang sia-sia.
6. *Customer Service* bertugas :
 - a. Memberikan informasi kepada nasabah.

- b. Melakukan pemantauan rekening dan transaksi nasabah yang mencurigakan.
- c. Melakukan pelayanan administrasi seluruh jenis tabungan.

7. *Teller Service* bertugas :

- a. Melakukan supervise atas proses transaksi di loket.
- b. Melakukan otoritas atas transaksi loket.
- c. Melakukan supervisi atas layanan di *front liner*.
- d. Melakukan supervisi atas aktivasi di kas besar.

8. *Accounting* bertugas untuk membuat laporan keuangan setiap harinya secara berkala.

9. *Information Technology Service* bertugas :

- a. Proses maintenance data transaksi Host to Host Telkom
- b. Proses Standing Instruction (SI) - Host to Host PLN
- c. Proses Salary Crediting.

10. *Secretary* bertugas :

- a. Memproses pembuatan dan pengaturan jadwal kegiatan Kepala Cabang, baik dengan pihak *intern* maupun *ekstern*.
- b. Memproses administrasi notula rapat (registrasi, pengarsipan), baik dengan pihak *intern* maupun *ekstern*.
- c. Memproses administrasi surat dan *faximile* masuk (registrasi, pengarsipan, pendistribusian sesuai disposisi dan *monitoring*).
- d. Memproses administrasi penyampaian semua surat dan *faximile* keluar (registrasi pengarsipan) yang ditanda tangani oleh Kepala Cabang.

- e. Mengatur semua kegiatan protokoler dan perjalanan dinas Kepala Cabang baik dari pihak *internal* dan *eksternal* bank.
11. *Supervisor Business* bertugas memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan. Pemasaran sangat penting dilakukan, hal ini untuk memaksimalkan pendapatan bank. Manager bank harus bisa memimpin kegiatan pemasaran produk-produk perbankan.
 12. *Funding* bertugas menghimpun dana pihak ketiga baik tabungan, giro ataupun deposit yang bersifat komersial/lembaga dan yang bersifat *consumer*/perorangan.
 13. *Lending* bertugas mencari dan merealisasi pembiayaan Komersial/Lembaga yang berkualitas sehingga dapat memenuhi target kebutuhan bank.
 14. *Legal* bertugas melakukan tindakan yang menjamin bahwa semua langkah yang ditempuh kantor cabang adalah bebas dan permasalahan hukum yang merugikan. Adapun uraian pekerjaannya:
 - a. Memastikan pembayaran kembali dan semua pembiayaan yang bermasalah.
 - b. Menurunkan jumlah pembiayaan yang bermasalah.
 - c. Menyelesaikan permasalahan hukum yang berkaitan dengan pembiayaan yang diberikan.

3.1.5 Produk-produk BPR Syariah Unisia Insan Indonesia

a. Produk pembiayaan

1. Pembiayaan iB *Consumer*

Hadir membantu memenuhi segala kebutuhan yang terkait pembelian barang maupun peralatan serta kebutuhan lainnya. Ketentuan;

- a. Jangka waktu pembiayaan maksimal 36 bulan
- b. serta diikutsertakan asuransi

2. Pembiayaan iB Otomotif

Hadir membantu mewujudkan keinginan anda untuk memiliki kendaraan roda 2, roda 4 atau kendaraan lainnya. Ketentuan;

- a. Jangka waktu pembiayaan maksimal 60 bulan
- b. Nasabah dapat memilih dealer yang bekerjasama dengan bank atau dealer pilihan sendiri
- c. Diikutsertakan asuransi

3. Pembiayaan iB Griya Unisia

Membantu mewujudkan cita-cita anda untuk memiliki rumah idaman bersama orang-orang tercinta. Ketentuan;

- a. Jangka waktu pembiayaan maksimal 5 tahun
- b. *Flexible* untuk rumah baru, rumah second, renovasi rumah dan kavling siap bangun
- c. Diikutsertakan asuransi

4. Pembiayaan iB Modal Usaha

Fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan modal usaha anda. Ketentuan;

- a. Jangka waktu pembiayaan maksimal 36 bulan
- b. Diikutsertakan asuransi

5. Pembiayaan iB *Student Financing*

Fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membiayai kebutuhan pendidikan. Termasuk pembiayaan untuk keperluan melanjutkan study ke jenjang yang lebih tinggi. Ketentuan;

- a. Jangka waktu pembiayaan 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan atau maksimal 12 bulan
- b. Diikutsertakan asuransi

6. Pembiayaan iB *Health Financing*

Fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membiayai kebutuhan pengobatan maupun perawatan kesehatan anda. Ketentuan;

- a. Jangka waktu pembiayaan 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan atau maksimal 12 bulan
- b. Diikutsertakan asuransi

7. Pembiayaan iB *Trip financing*

Mewujudkan keinginan berwisata dengan tujuan ke tempat-tempat wisata umum maupun tujuan wisata religi sesuai dengan keinginan anda. Ketentuan;

- a. Jangka waktu pembiayaan maksimal 12 bulan

- b. Tersedia berbagai pilihan *Biro Tour dan Travel* atau sesuai pilihan nasabah
- c. Diikutsertakan asuransi

b. Produk Pendanaan

1. iB Unisia *Trip Plan*

Merupakan tabungan yang direncanakan untuk keperluan wisata, baik wisata umum maupun tujuan wisata religi. Menggunakan prinsip bagi hasil yang menguntungkan, dikelola secara aman dan *syar'i*.

2. iB Unisia *Mudharabah*

Produk tabungan bagi pemilik dana yang ingin mendapatkan keamanan, kenyamanan dan bagi hasil yang menarik. Dikelola secara syariah, menggunakan prinsip bagi hasil yang menguntungkan.

3. iB Unisia *Wadiah*

Merupakan produk tabungan menggunakan akad *wadiah* (titipan). Diperuntukkan bagi nasabah yang menginginkan dananya aman, sehingga memberi arti dan makna hidup yang menentramkan. Menggunakan prinsip syariah yang bebas *riba*.

4. iB Unisia *Al-hajj Plan*

Merupakan tabungan untuk mewujudkan ibadah haji anda. Menggunakan prinsip bagi hasil yang dikelola secara aman dan *syar'i*.

5. iB Unisia *Umroh Plan*

Tabungan yang diperuntukkan bagi anda yang akan melaksanakan ibadah umroh. Dikelola secara *syar'i*, aman dan menguntungkan karena menggunakan prinsip bagi hasil yang kompetitif.

6. iB Unisia *Qurban Plan*

Merupakan tabungan untuk kebutuhan persiapan pembelian hewan qurban dalam rangka kesempurnaan ibadah hari raya idul adha anda. Menggunakan prinsip bagi hasil yang dikelola secara aman dan *syar'i*.

7. iB Unisia *Edu Plan*

Merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi siswa dan mahasiswa yang di kelola secara aman untuk keperluan pendidikan serta memberikan nilai yang lebih dari sekedar investasi guna mewujudkan cita-cita pendidikan putra putri bangsa.

3.2 Data Khusus

3.2.1 Produk Pembiayaan iB Otomotif BPR Syariah Unisia Insan Indonesia

1. Pengertian Pembiayaan iB Otomotif BPR Syariah Unisia Insan Indonesia

Produk pembiayaan iB Otomotif hadir untuk mewujudkan keinginan nasabah yang ingin memiliki kendaraan impian atau kendaraan untuk keperluan usaha.

2. Akad Pembiayaan iB Otomotif

Akad yang digunakan dalam produk pembiayaan iB Otomotif adalah *murabahah*. Menurut Sayyid Sabiq dalam fiqih sunnah, definisi *murabahah* adalah penjualan dengan harga pembelian barang berikut untungnya yang diketahui. Lebih mudahnya, *murabahah* adalah akad jual beli suatu barang dimana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri atas harga pokok barang dan tingkat keuntungan tertentu atas barang sesuai dengan kesepakatan penjual dan pembeli. Karakteristiknya, penjual harus menyebutkan harga pokok yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya dalam penjualan produk tersebut.

3. Fasilitas Pembiayaan iB Otomotif

- a. Jangka waktu pembiayaan maksimal 60 bulan.
- b. Nasabah dapat memilih *dealer* yang bekerjasama dengan bank atau *dealer* pilihan sendiri.
- c. Diikutsertakan asuransi.

4. Persyaratan Umum Calon Nasabah

- a. Warga Negara Indonesia dan berdomisili di Indonesia

- b. Usia minimal 21 tahun atau telah menikah
 - c. Mempunyai penghasilan tetap
 - d. Tujuan pembiayaan untuk kebutuhan pembelian kendaraan maupun assesoris kendaraan
 - e. Jaminan atas nama milik sendiri / orang tua kandung / anak kandung
 - f. Biaya administrasi mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku
5. Persyaratan Lain
- a. Mengisi formulir pengajuan pembiayaan
 - b. Dokumen yang harus disiapkan

Tabel 3.1 : Dokumen Persyaratan

Pegawai	Professional	Wiraswasta
FC KTP PPemohon	FC KTP Pemohon	FC KTP Pemohon
FC KTP Suami/Isteri	FC KTP Suami/Isteri	FC KTP Suami/Isteri
KK & Surat Keterangan Pegawai Tetap	FC KK & Surat Nikah/Cerai	FC KK & Surat Nikah/Cerai
FC Rekening Tabungan 3 Bulan Terakhir	FC Surat Ijin Praktek	FC Rekening 3 Bulan Terakhir
FC NPWP	Asli Slip gaji & SK Pegawai Tetap	FC NPWP
	FC Rekening 3 bulan Terakhir	FC Legalitas Usaha
	FC NPWP	

Sumber : BPRS Syariah Unisia Insan Indonesia (2016)

1. Margin Pembiayaan iB Otomotif

Untuk semua pembiayaan marginnya adalah 0.9 persen dari nilai pembiayaan.

2. Tabel Ilustrasi Pembiayaan

Tabel 3.2 Ilustrasi Angsuran Pembiayaan BPRS Unisia Insan Indonesia

No	Plafon	Angsuran Per jangka Waktu				
		12 Bulan	24 Bulan	36 Bulan	48 Bulan	60 Bulan
1	5000000	461667	253333	183889	149167	128333
2	10000000	923333	506667	367778	298333	256667
3	15000000	1385000	760000	551667	447500	385000

Sumber : BPRS Unisia Insan Indonesia (2016)

Keterangan : Ilustrasi sewaktu-waktu bisa berubah

3.2.2 Strategi Pemasaran Pembiayaan iB Otomotif

Banyak cara yang seharusnya dapat dilakukan BPRS Unisia Insan Indonesia dalam menentukan strategi pemasaran pembiayaan iB Otomotif, diantaranya :

- Mapping* adalah metode pemetaan wilayah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia harus memilih tempat-tempat yang strategis seperti kesekolah dan kantor-kantor.
- Positioning* adalah tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar menarik kesan tertentu untuk diingat oleh nasabah. Dengan memberikan diskon tertentu terhadap pembelian jenis kendaraan kemudian mengadakan *doorprize* salah satu cara yang bisa dilakukan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia.
- Targetting* atau menetapkan target pasar atau penjualan adalah cara untuk mengevaluasi daya tarik segmen. Dengan begitu Bank

Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia akan lebih mudah mengetahui kendaraan yang laris dipasaran atau paling diminati.

- d. *Canvassing* yaitu terjun langsung menghampiri calon nasabah dengan cara acak. Metode ini dapat digunakan di tempat-tempat umum seperti pusat perbelanjaan, bandara atau tempat lainnya.

Strategi pemasaran pembiayaan iB Otomotif yang dilakukan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia adalah :

- a. Metode Mapping

Metode *Mapping* adalah metode memetakan wilayah yang akan dilakukan pemasaran pembiayaan iB otomotif. *Marketing* menawarkan pembiayaan iB Otomotif kesekolah-sekolah kepada guru-guru, karena para guru sudah memiliki penghasilan tetap, sehingga Bank pembiayaan rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia bisa melihat kapasitas untuk pengajuan pembiayaan apakah bisa diberikan pembiayaan atau tidak.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia juga bekerjasama dengan *dealer* yang ada di Yogyakarta seperti *dealer* janti, *dealer* jalan magelang dan Honda Tugu.

- b. Metode *Canvassing*

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Unisia Insan Indonesia untuk pembiayaan iB otomotif yaitu *canvassing*. Strategi pemasaran dengan metode *canvassing* yaitu terjun langsung memasarkan kepada orang yang belum dikenal. Seorang *marketing* menggunakan metode ini yaitu dengan cara bertemu calon nasabah dengan cara *door to*

door yaitu *marketing* menghampiri setiap rumah tanpa memetakannya terlebih dahulu. Metode ini juga dilakukan ditempat-tempat umum baik ketika jam kantor maupun sesudah jam kantor. *Marketing* juga melakukan metode *canvassing* ketika sedang bepergian ke sebuah tempat perbelanjaan kemudian menjumpai calon nasabah tanpa disengaja, ketika sedang berada di rumah sakit, tempat olahraga maupun bandara atau tempat lainnya metode ini bisa diterapkan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk Pembiayaan iB Otomotif

Pembiayaan iB Otomotif adalah pembiayaan untuk nasabah yang ingin memiliki kendaraan impian atau untuk menunjang aktivitas usaha, akad yang digunakan dalam pembiayaan iB Otomotif adalah *murabahah*, dimana akad jual beli suatu barang penjual menyebutkan harga jual yang terdiri atas harga pokok barang dan tingkat keuntungan tertentu atas barang sesuai dengan kesepakatan penjual dan pembeli.

2. Strategi Pemasaran Pembiayaan iB Otomotif

Strategi pemasaran pada BPR Syariah Unisia Insan Indonesia menggunakan strategi *mapping* yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia menawarkan kesekolah-sekolah kepada guru-guru yang sudah memiliki penghasilan tetap, dan juga BPRS Unisia Insan Indonesia bekerja sama kepada *dealer-dealer* yang ada di Yogyakarta.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia menggunakan metode *canvassing* dengan cara *door to door* atau kerumah-rumah secara acak dan mendatangi tempat-tempat umum kemudian menjumpai nasabah secara acak.

4.2 Saran

Strategi Pemasaran Pembiayaan iB otomotif pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Unisia Insan Indonesia belum tepat, karena Bank Pembiayaan Syariah Unisia Insan Indonesia hanya menggunakan metode *canvassing* dan *mapping*. Seharusnya BPRS Unisia Insan Indonesia menerapkan bauran pemasaran seperti produk, distribusi dan promosi secara tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Djaslim Saladin. 1994. *"Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank"*. Jakarta: CV Rajawali
- Ismail. 2011. *"Perbankan Syariah"*. Cet1. Jakarta: Kencana
- Kotler Philip dan Kevin L.K. 2009. *"Manajemen Pemasaran"*.(terj: Bob S).Jakarta: Erlangga
- Muhammad. 2002. *"Manajemen Bank Syariah"*.Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Muhammad. 2006. *"Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman"*. Cetakan Pertama.Yogyakarta: Ekonisia
- Muhammad Syafi'i Antonio. 2001. *"Bank Syariah Dari Teori ke Praktik"*. Jakarta: Gema Insani
- Muttaqien Dadan. 2009. *"Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah"*. Yogyakarta: Safiria Insana Press

Kantor :
 Sales Officer : Account officer Cabut :
 Diterima Tanggal : Diterima Cabut Tanggal :

PEMBIAYAAN KELOMPOK KARYAWAN

PERUSAHAAN/INSTANSI

- | | | | |
|--|------------|---|------------|
| ☐ Daftar Nama Pemohon | (1 Asli) | ☐ Aplikasi Permohonan | (1 Asli) |
| ☐ Pernyataan Penjamin | (1 Asli) | ☐ KTP + ID Karyawan | (1 Copy) |
| ☐ SIUP +TDP | (1 Copy) | ☐ Kartu Keluarga | (1 Copy) |
| ☐ Akte Pendirian +Perubahannya | (1 Copy) | ☐ Slip Gaji | (1 Copy) |
| ☐ Laporan Keuangan (2 Tahun Terakhir) | (1 Copy) | ☐ Surat Rekomendasi Perusahaan | (1 Copy) |
| ☐ NPWP | (1 Copy) | ☐ Surat Kuasa Pemotongan Gaji | (1 Copy) |

PEMBIAYAAN MULTIGUNA

PEMBIAYAAN PEMBELIAN MOBIL

DATA PRIBADI

- | | | | |
|---|------------|---|------------|
| ☐ Aplikasi Pemohon | (1 Asli) | ☐ Akte Nikah / Cerai | (1 Copy) |
| ☐ KTP Pemohon + Suami/Istri + Penjamin | (2 Copy) | ☐ NPWP Pribadi / Perusahaan | (2 Copy) |
| ☐ Kartu Keluarga | (1 Copy) | ☐ Surat Persetujuan Suami/Istri + Penjamin | (1 Asli) |

DATA PENGHASILAN (KARYAWAN)

- | | |
|---|------------|
| ☐ Aplikasi Pemohon | (1 Asli) |
| ☐ KTP Pemohon + Suami/Istri + Penjamin | (2 Copy) |
| ☐ Kartu Keluarga | (1 Copy) |

DATA PENGHASILAN (WIRASWASTA)

- | | |
|--|------------|
| ☐ SIUP + TDP | (1 Copy) |
| ☐ Akte Pendirian + Perubahannya | (1 Copy) |
| ☐ Laporan Keuangan (2 tahun terakhir) | (1 Copy) |
| ☐ Rekening Koran (3 bulan terakhir) | (1 Copy) |

DATA JAMINAN (RUMAH/RUKO)

- | | |
|---|------------|
| ☐ Sertifikat HGB/HM | (2 Copy) |
| ☐ IMB | (2 Copy) |
| ☐ PBB (tahun terakhir) | (2 Copy) |
| ☐ Covernote Notaris | (1 Asli) |

DATA JAMINAN (BPKB MOBIL)

- | | |
|---|------------|
| ☐ BPKB / Pernyataan Dealer | (1 Asli) |
| ☐ STNK | (1 Copy) |
| ☐ Surat Pesanan Kendaraan + Faktur | (1 Copy) |
| ☐ Kwitansi Kosong (1 Bermaterai) | (3 Asli) |

TBO DOKUMEN

Batas Waktu

DOKUMEN TAMBAHAN

☐	_____	_____	☐	_____
☐	_____	_____	☐	_____
☐	_____	_____	☐	_____
☐	_____	_____	☐	_____

DOKUMEN YANG HARUS DILENGKAPI OLEH A / O CABUT :

Untuk Seluruh File

- | |
|---|
| ☐ Lembar Skoring |
| ☐ NUP + Half Sheet |
| ☐ Prosesor Worksheet |

Untuk Multiguna

- | |
|--|
| ☐ Sertifikat Asli |
| ☐ IMB Asli |
| ☐ Cover Note |

Untuk Pembelian Mobil

- | | |
|--|--|
| ☐ Pernyataan Dealer | ☐ 3 Kwitansi Kosong |
| ☐ Faktur Pembelian | ☐ |
| ☐ Copy STNK | ☐ |

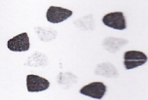
KETERANGAN

Pemohon

Yang Menerima

(Nama /TTD)

(Nama /TTD)



**BANK SYARIAH
UNISIA INSAN
INDONESIA**

**TABEL ILUSTRASI ANGSURAN PEMBIAYAAN
BANK SYARIAH UNISIA INSAN INDONESIA**

No	Plafond	Angsuran per Jangka Waktu				
		12 Bulan	24 Bulan	36 Bulan	48 Bulan	60 Bulan
1	5.000.000	461.667	253.333	183.889	149.167	128.333
2	10.000.000	923.333	506.667	367.778	298.333	256.667
3	15.000.000	1.385.000	760.000	551.667	447.500	385.000
4	20.000.000	1.846.667	1.013.333	735.556	596.667	513.333
5	25.000.000	2.308.333	1.266.667	919.444	745.833	641.667
6	30.000.000	2.770.000	1.520.000	1.103.333	895.000	770.000
7	35.000.000	3.231.667	1.773.333	1.287.222	1.044.167	898.333
8	40.000.000	3.693.333	2.026.667	1.471.111	1.193.333	1.026.667
9	50.000.000	4.616.667	2.533.333	1.838.889	1.491.667	1.283.333
10	60.000.000	5.540.000	3.040.000	2.206.667	1.790.000	1.540.000
11	70.000.000	6.463.333	3.546.667	2.574.444	2.088.333	1.796.667
12	80.000.000	7.386.667	4.053.333	2.942.222	2.386.667	2.053.333
13	90.000.000	8.310.000	4.560.000	3.310.000	2.685.000	2.310.000
14	100.000.000	9.233.333	5.066.667	3.677.778	2.983.333	2.566.667
15	150.000.000	13.850.000	7.600.000	5.516.667	4.475.000	3.850.000
16	200.000.000	18.466.667	10.133.333	7.355.556	5.966.667	5.133.333
17	250.000.000	23.083.333	12.666.667	9.194.444	7.458.333	6.416.667
18	300.000.000	27.700.000	15.200.000	11.033.333	8.950.000	7.700.000
19	350.000.000	32.316.667	17.733.333	12.872.222	10.441.667	8.983.333
20	400.000.000	36.933.333	20.266.667	14.711.111	11.933.333	10.266.667
21	450.000.000	41.550.000	22.800.000	16.550.000	13.425.000	11.550.000
22	500.000.000	46.166.667	25.333.333	18.388.889	14.916.667	12.833.333
23	550.000.000	50.783.333	27.866.667	20.227.778	16.408.333	14.116.667
24	600.000.000	55.400.000	30.400.000	22.066.667	17.900.000	15.400.000
25	650.000.000	60.016.667	32.933.333	23.905.556	19.391.667	16.683.333
26	700.000.000	64.633.333	35.466.667	25.744.444	20.883.333	17.966.667
27	750.000.000	69.250.000	38.000.000	27.583.333	22.375.000	19.250.000
28	800.000.000	73.866.667	40.533.333	29.422.222	23.866.667	20.533.333
29	850.000.000	78.483.333	43.066.667	31.261.111	25.358.333	21.816.667
30	900.000.000	83.100.000	45.600.000	33.100.000	26.850.000	23.100.000
31	950.000.000	87.716.667	48.133.333	34.938.889	28.341.667	24.383.333
32	1.000.000.000	92.333.333	50.666.667	36.777.778	29.833.333	25.666.667

Keterangan :

Ilustrasi sewaktu-waktu bisa berubah.