

**BAB III**

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DAN PROMOSI PRODUK  
PEMBIAYAAN GRIYA iB HASANAH BNI SYARIAH KCP  
SIDOARJO**

**A. Profil Umum PT. Bank BNI Syariah**

**1. Sejarah Berdirinya PT Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah**

Selain adanya *demand* dari masyarakat terhadap perbankan syariah, untuk mewujudkan visinya (yang lama) menjadi “*universal banking*”, BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep *dual banking system*, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus. Hal ini berdasarkan dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah.

Diawali dengan pembentukan Tim Pembentukan Cabang Syariah di tahun 1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan ijin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI. Setelah itu BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang, syariah sebagai berikut:

- Tepatnya pada tanggal 29 April 2000 PT Bank BNI membentuk Unit Usaha Syariah (UUS) untuk merespons kebutuhan masyarakat terhadap system perbankan yang lebih tahan terhadap krisis ekonomi. Dimulai dengan membuka 5 kantor cabang syariah sekaligus di kota-kota

potensial, yakni : Yogyakarta, Pekalongan, Jepara, Malang dan Banjarmasin.

- Tahun 2001 BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang syariah, yang difokuskan di kota-kota besar di Indonesia, yakni : Jakarta (dua cabang), Bandung , Makassar dan Padang.
- Seiring dengan perkembangan bisnis dan banyaknya permintaan masyarakat untuk layanan perbankan syariah, tahun 2002 lalu BNI Syariah membuka dua kantor cabang syariah baru di Medan dan Palembang.
- Di awal tahun 2003, dengan pertimbangan *load* bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, BNI Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah di Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat Kota Jepara, BNI Syariah membuka Kantor Cabang Syariah Jepara menjadi Kantor Cabang Pembantu (KCP).
- Pada bulan Agustus dan September 2004, BNI Syariah membuka layanan BNI Syariah Prima di Jakarta dan Surabaya. Layanan ini diperuntukkan untuk individu yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang nyaman.

Pada tahun 2002 UUS BNI menghasilkan laba pertama sebesar Rp 7,189 miliar dengan dukungan 7 cabang. Dalam kurun waktu 2003-2004 berturut-turut UUS BNI mendapatkan penghargaan *The Most Profitable Bank Islamic Bank* di antara 2 BUS dan 8 UUS. Penghargaan tersebut berdasarkan penilaian oleh Karim *Business Consulting* bekerja sama dengan Majalah Manajemen dan PPM. Sesuai perkembangannya, pada tahun 2009 pembentukan Tim Implementasi Bank Umum Syariah yang akan mentransformasikan UUS BNI menjadi PT Bank BNI Syariah sebagai implementasi dari UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah didukung dengan peraturan Bank Indonesia No. 11/10/PBI/2009 tanggal 19 Maret 2009 tentang Pemisahan Unit Usaha Syariah dari Bank Konvensional.

Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010, maka telah diperoleh izin usaha Bank Umum Syariah (BUS) PT Bank BNI Syariah atau BNI Syariah. Dengan izin usaha ini, maka pada tanggal 18 Juni 2010, manajemen BNI melakukan *soft launching* operasional PT Bank BNI Syariah sebagai entitas independen hasil pemisahan *spin off* Unit Usaha Syariah (UUS) dari BNI dan efektif per tanggal 19 Juni 2010. *Spin off* dilakukan sebagai langkah strategis BNI dalam merespon perkembangan faktor-faktor eksternal, yaitu situasi ekonomi, kebutuhan pasar, dan regulasi, serta faktor internal, antara lain

*corporate plan*, kesiapan organisasi, dan *customer base*. Demikian disampaikan Gatot M Suwondo, Direktur Utama BNI, pada kesempatan *soft launching* PT Bank BNI Syariah, bersama Mulya E Siregar, Direktur Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, dan segenap Komisaris dan Direksi PT Bank BNI Syariah.

BNI Syariah merupakan anak perusahaan BNI dengan komposisi kepemilikan saham 99,99% dimiliki oleh BNI dan sisanya dimiliki oleh PT BNI Life. Hingga akhir Mei 2010, Unit Usaha Syariah BNI memiliki aset sebesar Rp 5,2 triliun, total dana masyarakat sebesar Rp 4,2 triliun, total pembiayaan Rp 3,2 triliun, modal sebesar Rp 1 triliun, dengan customer based lebih dari 420 ribu nasabah. Membukukan laba Rp 66 miliar dengan dukungan 38 cabang, 54 kantor cabang pembantu, 4 kantor kas, serta lebih dari 1.000 *Syariah Channelling Outlet* BNI (SCO BNI) dengan total asset Rp 8,4 triliun pada akhir Desember 2011.

## 2. Visi, Misi dan Tentag BNI Syariah KCP Sidoarjo

### Visi dari PT. Bank BNI Syariah

“Menjadi Bank Syariah yang unggul dalam layanan dan kinerja dengan menjalankan bisnis sesuai kaidah sehingga insya Allah membawa berkah”.

### Misi PT. Bank BNI Syariah

Adapun misi dari PT. Bank BNI Syariah KCP Sidoarjo adalah :

- a. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- b. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- c. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk bekerja dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.
- f. Secara istiqomah melaksanakan amanah untuk memaksimalkan kinerja dan layanan perbankan dan jasa keuangan syariah sehingga dapat menjadi bank syariah kebanggaan anak negeri.

**PT. Bank BNI Syariah KCP Sidoarjo**

BNI Syariah KCP Sidoarjo berlokasi di Jalan Gajah Mada no. 179 Sidoarjo. BNI Syariah KCP Sidoarjo merupakan cabang pembantu dari kantor pusat PT. Bank BNI Syariah Surabaya yang melakukan tugas dan aktivitas usaha di bidang perbankan Islam dalam arti seluas-luasnya untuk menunjang pembangunan nasional yang merata dalam rangka peningkatan, pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional di bidang ekonomi ke arah peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Waktu kerja di BNI Syariah KCP Sidoarjo adalah sistem enam hari kerja yaitu Senin hingga Jum'at, mulai pukul 08.00 sampai 17.00 WIB.

a. Struktur Organisasi BNI Syariah KCP Sidoarjo

Struktur organisasi bertujuan untuk menciptakan efisiensi dan efektifitas dari tiap karyawan serta unit kerja melalui program kerja dan kegiatan operasional yang terperinci serta jelas agar dapat sukses demi tercapainya tujuan perusahaan. Adapun struktur organisasi BNI Syariah KCP Sidoarjo secara umum masing-masing adalah :

- 1) Kepala Kantor Cabang/ *Sub Branch Manager*
- 2) *Account Officer*
- 3) Pemasaran/ *Marketing*
- 4) Operasional/ ORS
- 5) Pendanaan/ *Funding*
- 6) Pelayanan uang tunai/ *Teller*
- 7) Pelayanan Nasabah/ *Customer Service (CS)*

b. Sumber Daya Manusia BNI Syariah KCP Sidoarjo

Jumlah tenaga kerja di BNI Syariah KCP Sidoarjo berjumlah 12 orang, yang terdiri atas karyawan tetap dan *outsourcing*. Jumlah karyawan tersebut belum termasuk beberapa tambahan tenaga pembantu seperti *office boy (OB)*, *security*, dan *driver*. Dengan satu orang sebagai manajer operasional, yaitu Ibu Erna Festiana Pradewi, masing-masing divisi selalu diberikan petunjuk-petunjuk dan arahan-

arahan baik itu yang datangnya berhubungan langsung dari kantor pusat maupun kebijakan dari Beliau dan tim sendiri.

### **Budaya Kerja**

Dalam menjalankan kewajibannya yang berpedoman pada dasar hukum syariah juga memiliki tata nilai yang menjadi panduan dalam setiap perilakunya. Tata nilai ini dirumuskan dalam budaya kerja BNI Syariah yaitu amanah & jamaah

Amanah adalah salah satu sifat wajib Rasulullah SAW yang secara harfiah berarti “dapat dipercaya”. Dalam budaya kerja BNI Syariah, amanah didefinisikan sebagai “menjalankan tugas dan kewajiban dengan penuh tanggung jawab untuk memperoleh hasil yang optimal.

Nilai amanah ini tercermin dalam perilaku utama insan BNI Syariah :

- 1) Profesional dalam menjalankan tugas
- 2) Memegang teguh komitmen dan bertanggung jawab
- 3) Jujur, adil dan dipercaya

Jamaah adalah perilaku kebersamaan umat Islam dengan mengutamakan kebersamaan dalam satu naungan kepemimpinan. Dalam budaya kerja BNI Syariah, jamaah didefinisikan sebagai “bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban”. Bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban. Budaya ini dijabarkan dalam perilaku :

- 1) Saling mengingatkan dengan santun

- 2) Bekerjasama secara profesional dan sistematis
- 3) Saling mengingatkan dengan santun
- 4) Bekerjasama dalam kepemimpinan yang efektif

### 3. Produk-produk Pembiayaan

#### *a. iB Hasanah Card*

Salah satu produk unggulan dari BNI Syariah yang diterbitkan berdasarkan fatwa DSN No.54/DSN-MUI/X/2006. iB Hasanah Card merupakan kartu yang berfungsi sebagai Kartu Kredit yang berdasarkan sistem syariah sebagaimana diatur dalam fatwa.

#### *b. Griya iB Hasanah*

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota 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.

#### *c. Oto iB Hasanah*

Fasilitas pembiayaan konsumtif *murabahah* yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.



**d. *Wirausaha iB Hasanah***

Fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.

**e. *Gadai Emas iB Hasanah***

Disebut juga pembiayaan *rahn* merupakan penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasaan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima.

**f. *Multijasa iB Hasanah (Ijarah Multijasa)***

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa *fixed asset* atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syariah Islam.

**g. *Multiguna iB Hasanah***

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai material) dan atau *fixed asset* yang ditujukan untuk kalangan professional dan pegawai aktif yang

memiliki sumber pembayaran kembali dari penghasilan tetap dan tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syariah Islam.

***h. Fleksi iB Hasanah***

Pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan suatu perusahaan / lembaga/instansi untuk pembelian barang dan penggunaan jasa yang tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syariah Islam.

***i. Talangan Haji iB Hasanah***

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang ditujukan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Departemen Agama, untuk mendapatkan nomor *seat* porsi haji dengan menggunakan akad *ijarah*.

***j. CCF iB Hasanah***

Cash Collateral Financing (CCF) iB Hasanah adalah pembiayaan yang dijamin dengan *cash*, yaitu dijamin dengan simpanan dalam bentuk

## **B. Aktivitas Pemasaran dan Promosi serta Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo**

### **1. Kegiatan Pemasaran Griya iB Hasanah**

Kegiatan pemasaran yang didefinisikan BNI Syariah KCP Sidoarjo adalah kegiatan untuk memasarkan produk bank, khususnya produk-produk unggulan, dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat didukung oleh kondisi *existing* yang dimiliki bank, baik dari segi produk, jaringan, dan teknologi guna membidik target pasar yang menjadi kekuatan dan peluang BNI Syariah KCP Sidoarjo.

#### **a. Jenis-jenis fasilitas pembiayaan produk Griya iB Hasanah**

- 1) Membeli rumah – baru dan bekas (*second*), yaitu pembiayaan Griya iB Hasanah yang digunakan untuk pembelian rumah baik dalam kondisi baru atau bekas. Minimum plafond yang dapat diberikan adalah Rp. 25 juta – Rp. 5 milyar dan untuk jangka waktu yang diberikan maksimum selama 1 sampai dengan 15 tahun. Target pasar yang ingin diambil adalah masyarakat yang memiliki penghasilan minimum 3 juta/bulan dengan usia 21 – 55 tahun.
- 2) Griya iB Hasanah – Tanah/kavling, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk membeli tanah/kavling, baik yang siap bangun ataupun tidak. Minimum plafond pinjaman yang diberikan sebesar Rp. 25 juta sampai dengan mencapai Rp. 5 milyar dengan jangka

waktu maksimum adalah 1 sampai dengan 15 tahun. Kecuali untuk pembelian kavling maksimum jangka waktu yang diberikan adalah 10 tahun.

- 3) Griya iB Hasanah – Renovasi, yaitu pembiayaan perumahan yang digunakan untuk melakukan renovasi rumah tinggal, mencakup penambahan atau perbaikan bangunan utama. Jumlah plafond yang bisa diberikan adalah Rp. 25 juta sampai dengan Rp. 5 milyar, dengan jangka waktu maksimum sama selama 1 sampai 15 tahun.
- 4) Griya iB Hasanah – Membeli ruko/apartemen, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk pembelian rumah toko (ruko) dan atau apartemen yang dalam tujuannya dapat digunakan sebagai tempat usaha maupun untuk tempat tinggal bagi nasabah. Minimum plafond yang dapat diberikan adalah Rp. 25 juta – Rp. 5 milyar dan untuk jangka waktu yang diberikan maksimum selama 15 tahun.
- 5) Griya iB Hasanah – *Take Over*, yaitu pembiayaan perumahan dengan tujuan alih pinjaman pembiayaan dari bank lainya serta penambahan plafond pinjaman dari bank asal untuk mengoptimalkan rumah yang dijaminkan. Minimum plafond sebesar Rp. 25 juta sampai dengan Rp. 5 milyar dengan jangka waktu yang dapat diberikan selama 15 tahun.

b. Bauran Pemasaran Griya iB Hasanah

Persaingan penyaluran Pembiayaan Rumah dan sejenisnya yang semakin kompetitif dewasa ini menuntut BNI Syariah KCP Sidoarjo untuk melancarkan berbagai macam aktivitas promosi guna mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkannya. Aktivitas-aktivitas promosi ini mencakup ke dalam bauran pemasaran yang terdiri dari :

1) Produk (*Product*)

Produk yang inovatif serta mengerti akan keinginan konsumen sangatlah diperlukan. Dalam hal ini, pengembangan produk yang telah dilakukan oleh BNI Syariah KCP Sidoarjo adalah menambah fitur produk yang dapat mendukung kebutuhan transaksi. Penambahan fitur produk ini dilakukan dalam rangka peningkatan pelayanan nasabah, yang pada akhirnya membentuk sikap loyal (loyalitas). Adapun fitur produk Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo diantaranya adalah dengan mempermudah pembayaran angsuran pembiayaan via ATM dan *autodebet*, dengan syarat nasabah terlebih dahulu harus/wajib membuka rekening, sehingga nasabah pembiayaan tidak perlu repot dan kesulitan dalam melakukan pembayaran.

2) Harga (*Price*)

Acuan *margin* yang berlaku merupakan hal yang sangat penting, karena besar-kecilnya margin menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan calon debitur untuk mengambil pembiayaan jika di bank syariah. Untuk *margin* BNI Syariah KCP Sidoarjo berani bersaing dengan bank-bank syariah lain. BNI Syariah KCP Sidoarjo sering mengadakan ekspansi-ekspansi yang berimplikasi pada penurunan *margin* sehingga nasabah tidak perlu khawatir akan besaran *margin* berapa yang selalu ditawarkan untuk produk pembiayaan Griya iB Hasanah.

Dalam hal angsuran, BNI Syariah KCP Sidoarjo memberikan kemudahan yaitu dengan angsuran yang tetap sampai dengan pelunasan dan untuk jangka waktu pembiayaan nasabah dapat memilih antara mulai satu hingga lima belas tahun maksimal.

### 3) Distribusi dan Jaringan (*Place*)

Fasilitas distribusi dan jaringan yang diberikan BNI Syariah KCP Sidoarjo cukup memadai. Lokasi bank yang tidak jauh dari pusat kota dan beberapa ATM yang cukup tersebar di fasilitas-fasilitas umum kota. Selain itu, BNI Syariah KCP Sidoarjo bekerja sama dengan ATM bersama memberikan pelayanan pembayaran bagi nasabah yang memiliki tempat tinggal jauh dari lokasi kantor BNI

Syariah KCP Sidoarjo dengan cukup melakukan transfer rekening antar bank.

#### 4) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu cara untuk mengkomunikasikan produk pembiayaan rumah ini agar diketahui khususnya oleh masyarakat. Untuk dapat menjalankan dan meningkatkan keefektifan kegiatan promosi, maka BNI Syariah KCP Sidoarjo memiliki prosedur-prosedur strategi promosi, mencakup :

- a) Promosi yang dilakukan bersifat langsung dan fokus kepada target pasar yang sudah ditetapkan, dengan membentuk unit/*tim marketing*.
- b) Promosi melalui berbagai media secara terintegrasi dalam upaya untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*), minat (*interest*), keinginan (*desire*) nasabah untuk memanfaatkan produk pembiayaan Griya iB Hasanah yang sudah dilengkapi dengan fitur baru sehingga pada akhirnya akan meningkatkan penjualan produk Griya iB Hasanah.
- c) Mengoptimalkan karyawan sebagai tenaga pemasar (*personal selling*) yang handal dalam menawarkan produk. Kepala cabang pembantu Sidoarjo, Ibu festi mengungkapkan bahwasanya setiap karyawan disini adalah tim *Marketing* kami, CS juga di setiap

kesempatan dapat menarik nasabah yakni dengan mempromosikan (*cross selling*) produk kepada nasabah atau masyarakat yang datang padanya, bahkan hingga karyawan seperti OB dan satpam juga kadang kala melakukan aktivitas promosi (*cross selling*) pemasaran kepada siapapun yang berinteraksi dengannya.<sup>67</sup>

#### 5) Orang (*Person*)

PT. Bank BNI Syariah selalu memberikan pelatihan, seminar dan kegiatan pengembangan diri yang rutin kepada para karyawan untuk meningkatkan produktivitas kerja. Pelatihan yang diberikan berdasarkan jenis pekerjaan karyawan. Contoh pelatihan yang diberikan adalah pelatihan pendidikan *product knowledge* serta teknik komunikasi dan negosiasi untuk pegawai di *front liners* dan tim *Sales*, untuk analis pembiayaan diberikan pelatihan analis dan appraisal. Untuk kalangan pejabat PT. Bank 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. Di BNI Syariah KCP Sidoarjo sendiri juga ada pelatihan di cabang atau biasa mendatangkan pemateri ke suatu tempat. Untuk seluruh karyawan juga pernah

---

<sup>67</sup>Erna Festiana Pradewi, *Wawancara*, Ruang Kepala Kantor Cabang BNI Syariah KCP Sidoarjo, 9 Juli 2013



diadakan seminar atau peningkatan mutu kerja melalui *motivation training*.

Selain dari itu, per kuartal masing-masing karyawan akan dilakukan penilaian kinerja karyawan. Penilaian kinerja ini ditentukan berdasarkan target kerja yang telah ditetapkan, loyalitas, serta tingkat kedisiplinan karyawan. Untuk tim penilai didasarkan pada struktur organisasi yang ada, dimana karyawan unit akan dinilai oleh supervisor atau kepala unit, kepala unit akan dinilai oleh manajer unit, dan manajer unit bertanggung jawab terhadap kepala cabang (*branch manager*). Sedangkan kepala cabang harus memberikan laporan pertanggung jawaban (kinerja) oleh manajemen pusat BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya.

Dan untuk mencegah kebosanan kerja, pada waktu tertentu BNI Syariah KCP Sidoarjo mengadakan rekreasi semacam *outbond* dan lain-lain sekedar untuk *refreshing* bagi karyawan kantor.

#### 6) Proses (*Process*)

BNI Syariah KCP Sidoarjo dalam melakukan pemberian produk pembiayaan perumahan berorientasi pada dua hal pokok, yaitu untuk menjawab kebutuhan masyarakat dibidang perumahan dan tujuan laba perusahaan sebagai suatu lembaga keuangan (bank).

Proses pengajuan pembiayaan terdiri dari persyaratan pengajuan, analisa pendapatan sampai persetujuan untuk realisasi Pembiayaan.

Secara umum persyaratan dan ketentuan yang diperlakukan bank bagi nasabah yang akan mengambil pembiayaan relatif sama. Baik dari sisi administrasi maupun dari sisi pemberitahuan *margin* nya. Data administrasi yang harus dilengkapi oleh calon debitur pembiayaan Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo adalah sebagai berikut :

- a) Foto *copy* KTP suami dan istri yang masih berlaku (jika sudah menikah)
- b) Pas Foto Suami-istri 3x4@1lembar
- c) Foto *copy* kartu keluarga
- d) Foto *copy* Surat nikah/ belum menikah/ Cerai
- e) Foto *copy* rekening tabungan 3 bulan terakhir
- f) Foto *copy* NPWP untuk pembiayaan >50 juta
- g) Asli surat keterangan masa kerja
- h) Asli slip gaji terakhir/ keterangan penghasilan'
- i) Foto *copy* sertifikat rumah
- j) Foto *copy* PBB-SPPT dan IMB bangunan rumah
- k) Surat persetujuan suami/ istri
- l) Formulir permohonan pembiayaan

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

#### 7) Pelayanan dan Kualitas

BNI Syariah KCP Sidoarjo meningkatkan profesionalisme petugas *customer service* dengan tujuan dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah. BNI Syariah KCP Sidoarjo memberikan fasilitas layanan *Customer Care* 24 jam melalui telepon *On-Line* 24 jam. Untuk itu diharapkan fasilitas tersebut dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.

#### 8) Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Hal yang terkait dengan bukti fisik disini adalah dokumen-dokumen yang tersusun rapih pada *loan document*, serta sisi bangunan yang menjadi cerminan kepedulian terhadap nasabahnya.

## 2. Kegiatan Promosi Griya iB Hasanah

Semakin ketatnya bisnis perumahan dan persaingan antar bank, baik antar bank syariah sendiri maupun dengan bank-bak konvensional umum

lainnya, dalam memasarkan produk Griya iB Hasanah, menuntut BNI Syariah KCP Sidoarjo untuk selalu inovatif memberikan produk pembiayaan dan pelayanan yang terbaik. Berdasarkan hasil wawancara dengan perwakilan pihak manajemen pemasaran BNI Syariah KCP Sidoarjo dan observasi yang dilakukan serta disesuaikan dengan teori yang ada, diketahui bahwa kegiatan promosi yang dilakukan BNI Syariah KCP Sidoarjo mencakup bauran promosi, yaitu :

a. Periklanan (*Advertising*)

Suatu perusahaan harus mengetahui tujuan utama dilakukannya pemasangan iklan. Tujuan ini harus didasarkan pada keputusan-keputusan di masa lalu tentang pasar sasaran, *positioning*, dan bauran pemasaran, yang mendefinisikan pekerjaan yang harus dilakukan oleh pemasangan iklan dalam kerangka program pemasaran keseluruhan sehingga dapat berjalan efektif. Kegiatan periklanan yang dilakukan oleh BNI Syariah KCP Sidoarjo adalah :

1) Periklanan yang bersifat nasional

Periklanan yang bersifat nasional dikelola oleh PT. BNI Syariah Kantor Cabang Pusat Surabaya, baik dalam hal anggaran maupun pelaksanaannya. Periklanan yang bersifat nasional diantaranya adalah pemasangan iklan di surat kabar-surat kabar, liputan-liputan di majalah, dan pemasangan iklan tentang BNI Syariah KCP Sidoarjo di

majalah-majalah yang memuat iklan mengenai property. Untuk iklan melalui *flyer* dan brosur didistribusikan melalui cabang pusat ke cabang-cabang yang berada di seluruh Indonesia. Untuk mendukung penyampaian informasi mengenai BNI Syariah KCP Sidoarjo, tersedia *website* BNI Syariah KCP Sidoarjo. Penggunaan media internet ini memiliki jangkauan yang sangat luas dan dapat diakses oleh masyarakat yang menginginkan informasi lebih jauh tentang BNI Syariah KCP Sidoarjo, sehingga diharapkan *web* ini menjadi informasi yang jelas bagi para pengunjung situs terutama bagi mereka yang ingin mengetahui tentang produk Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo. Tujuan umum dari periklanan yang bersifat nasional ini adalah untuk mempromosikan nama BNI Syariah KCP Sidoarjo secara nasional ke seluruh lapisan masyarakat di Indonesia.

## 2) Periklanan yang bersifat lokal

Periklanan yang bersifat lokal dilakukan oleh BNI Syariah KCP Sidoarjo dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk BNI Syariah KCP Sidoarjo dan mempertahankan citra (*brand image*) BNI Syariah KCP Sidoarjo. Adapun media promosi yang digunakan adalah:

- a) Media cetak, yaitu melalui media koran-koran lokal. Dengan media promosi ini diharapkan dapat membangun jumlah jangkauan pasar yang tinggi dan menarik calon konsumen baru.
- b) Media elektronik, yaitu melalui radio-radio lokal, seperti yang pernah dilakukan yakni *talkshow* di radio SS 100.5 FM.<sup>68</sup> Kekuatan komunikasi lokal yang disiarkan akan dapat membangun kesadaran masyarakat akan *brand image* BNI Syariah KCP Sidoarjo dan meningkatkan kembali akan produk pembiayaan rumah Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo kepada masyarakat khususnya dan masyarakat diseluruh Indonesia pada umumnya.
- c) Advertensi cetak (*print advertising*), yaitu berupa brosur-brosur mengenai informasi pembiayaan Griya iB Hasanah terbaru, misalnya persyaratan pengajuan pembiayaan, program-program baru yang ditawarkan, lokasi dan tipe rumah yang ditawarkan. Dengan melihat brosur tentang produk Griya iB Hasanah, diharapkan calon konsumen akan mengetahui secara garis besar tentang produk Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo yang ditawarkan.

---

<sup>68</sup> Aditya, *Wawancara*, Ruang Realisasi Akad Kantor BNI Syariah KCP Sidoarjo, 21 Juni 2013

- d) Advertensi di dalam ruangan (*in door*), seperti *roll banner*, yang diletakkan di pintu masuk dan diruang pelayanan Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo.
- e) Advertensi luar ruangan (*out door*), seperti baliho dan spanduk yang terletak didepan gedung BNI Syariah KCP Sidoarjo dan cabang-cabang pembantu lainnya.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Faktor-faktor yang sangat berpengaruh besar dalam memilih pembiayaan Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo oleh calon konsumen yaitu para *marketing developer* (pengembang). Mereka akan mempengaruhi calon konsumen dalam memilih fasilitas pembiayaan rumah di Bank. Oleh karena itu perlu dilakukan pendekatan promosi penjualan kepada pihak *developer* dan pihak calon konsumen. Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan BNI Syariah KCP Sidoarjo dalam rangka mempengaruhi para *marketing developer* (pengembang) untuk memilih BNI Syariah KCP Sidoarjo adalah pemberian *reward sales*. Pemberian reward ini berupa uang komisi, merchandise berupa mug, payung, kalender atau agenda. Selain pendekatan kepada pihak *developer* BNI Syariah KCP Sidoarjo juga melakukan pendekatan untuk mempengaruhi calon konsumen mengambil pembiayaan rumah Griya iB Hasanah diantaranya pemberian *voucher* belanja serta pemberian

*souvenir* berupa boneka, payung, *travel bag*, atau bantal. Selain itu, untuk meningkatkan apresiasi dan loyalitas dari nasabah debitur Griya iB Hasaah BNI Syariah KCP Sidoarjo maka BNI Syariah KCP Sidoarjo secara berkala memberikan ucapan dan bingkisan ultah ataupun karangan bunga.

c. Publisitas (*Publicity*)

Tujuan utama dilakukannya publisitas adalah untuk menjelaskan tentang ketentuan atau persyaratan baru produk Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo, membangun citra baik bahwa BNI Syariah KCP Sidoarjo mampu menghantarkan produk atau jasanya demi kepentingan publik serta untuk membentuk persepsi positif kepada pihak *marketing developer* khususnya dan masyarakat pada umumnya. Kegiatan publisitas yang dilakukan diantaranya adalah kunjungan ke mitra *developer* BNI Syariah KCP Sidoarjo sehingga diharapkan komunikasi antara bank dan pihak *developer* tetap terjaga.

d. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan (*personal selling*) merupakan bentuk komunikasi antar individu di mana tenaga penjual atau wiraniaga menginformasikan, mendidik, dan melakukan persuasi kepada calon pembeli untuk membeli produk atau jasa perusahaan. Program *personal selling* dilakukan langsung oleh pihak manajemen BNI Syariah KCP



Sidoarjo dengan menempatkan tenaga pemasar langsung (*sales executive*) di lokasi di sekitar Kota dan sekitarnya. Para tenaga pemasar langsung (*sales executive*) tersebut dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan baik kepada calon konsumen. Tujuan dari kegiatan *personal selling* ini adalah untuk menyampaikan informasi tentang produk pembiayaan Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo dan membujuk para *marketing developer* untuk menggunakan jasa Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo sehingga calon konsumen menjadi paham dan tertarik untuk mengambil pembiayaan Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo

e. Pemasaran dan Penjualan Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung (*direct marketing*) dilakukan melalui *direct mail* yaitu bentuk promosi yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara langsung kepada konsumen melalui surat, telepon ataupun email. *Direct mail* dikhususkan bagi nasabah tabungan BNI Syariah KCP Sidoarjo dan debitur Griya iB Hasanah potensial yang telah mencapai masa purna jual, yaitu angsuran pembiayaan yang akan selesai. Alasan target ini adalah memungkinkan debitur potensial untuk mengambil pembiayaan Griya iB Hasanah kembali. Selain dari itu, *direct mail* dapat digunakan untuk memberikan informasi mengenai produk Griya iB Hasanah terbaru dan juga digunakan untuk negosiasi kepada pihak-pihak

*developer* (pengembang) dalam rangka meningkatkan hubungan kerjasama yang lebih erat. Kegiatan penjualan langsung dengan mengikuti berbagai kegiatan pameran (*expo*) perumahan, dan membuka *stand* pembiayaan Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo (*open table*). Dengan adanya stand ini diharapkan calon konsumen mengetahui informasi produk Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo, meningkatkan penjualan produk Griya iB Hasanah, serta meningkatkan citra/*image* BNI Syariah KCP Sidoarjo sebagai salah satu Bank Syariah terpercaya dan fokus pada kualitas pelayanan pembiayaan perumahan yang syariah dan yang terjamin pula.

### **3. Jumlah Nasabah Griya iB Hasabah**

Perkembangan jumlah nasabah produk pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah KCP Sidoarjo jika dilihat dari data statistik yang didapat dari teman-teman *marketing* selama penelitian di lapangan cenderung naik-turun. Dalam pertumbuhannya di setiap bulan, nasabah pembiayaan ini terkadang bertambah terkadang berkurang. Berikut adalah data perkembangan jumlah nasabahnya dalam 6 bulan terakhir, Januari 2013 sampai dengan bulan Juli 2013 (sampai dengan sekarang):

**Tabel 3.4:**  
**Jumlah Nasabah Pembiayaan Griya iB Hasanah BNI Syariah KCP Sidoarjo**  
**Selama Enam Bulan Terakhir di Tahun 2013**

| No.          | Bulan    | Jumlah Nasabah | Fasilitas        |
|--------------|----------|----------------|------------------|
| 1.           | Januari  | 12             | Griya iB Hasanah |
| 2.           | Februari | 19             | Griya iB Hasanah |
| 3.           | Maret    | 16             | Griya iB Hasanah |
| 4.           | April    | 15             | Griya iB Hasanah |
| 5.           | Mei      | 18             | Griya iB Hasanah |
| 6.           | Juni     | 7              | Griya iB Hasanah |
| 7.           | Juli     | 10             | Griya iB Hasanah |
| <b>TOTAL</b> |          | <b>97</b>      |                  |

Dari data di atas, terlihat perkembangan jumlah nasabah yang naik-turun tiap bulannya. Hingga bulan Juli 2013, jumlah keseluruhan nasabah pembiayaan Griya iB Hasanah ini adalah 97 orang nasabah.