STRATEGI PENETRASI PASAR DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN RITEL PADA PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH (PPR) DI BANK PANIN DUBAI SYARIAH KCU HR MUHAMMAD SURABAYA

SKRIPSI

Oleh:

DESTINY VIDA F.

NIM: G74214086

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2018

STRATEGI PENETRASI PASAR DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN RITEL PADA PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH (PPR) DI BANK PANIN DUBAI SYARIAH KCU HR MUHAMMAD SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu
Ilmu Ekonomi Syariah

OLEH:

DESTINY VIDA F.
NIM: G74214086

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Destiny Vida Fardianti

NIM : G74214086

Fakultas/Prodi: Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Strategi Penetrasi Pasar dalam Meningkatkan Pembiayaan Ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 18 April 2018

Saya yang menyatakan,

Destiny Vida F.

NIM. G74214086

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Destiny Vida Fardianti, NIM G74214024 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya,

Pembimbing,

Dr. Mugiyati, MEI
NIP. 197102261997032001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Destiny Vida Fardianti, NIM G74214086 ini telah dipertahankan didepan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 16 Mei 2017, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I	Penguji II
Dr. Mugiyati, M.EI	Dr. Fatmah, MM
NIP. 197102261997032001	NIP. 197507032007012020
Penguji III	**Penguji IV**
Deasy Tantriana, MM	Aris Fanani, M.Kom
NIP. 198312282011012009	NIP. 198701272014031002

Surabaya, 02 Juli 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, grad. Dip.SEA, M.Phil, Ph.D

NIP. 197402091998031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DESTINY VIDA FARDIANTI
NIM : G74214086
Fakultas/Jurusan : FEBI/EKONOMI SYARIAH
E-mail address : destinyvidaf@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Beba sRoyalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :
STRATEGI PENETRASI PASAR DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN RITEL PADA PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH (PPR) DI BANK PANIN DUBAI SYARIAH KCU HR MUHAMMAD SURABAYA

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***full text*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juli 2018

Penulis

(DESTINY VIDA F.)
namaterangdantandatangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Strategi Penetrasi Pasar Dalam Meningkatkan Pembiayaan Ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya"** ini merupakan hasil penelitiaan kualitatif yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang bagaimana startegi penetrasi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dan bagaimana strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

Metedologi penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis, yaitu suatu teknik penelitian dimana penulis terlebih dahulu menggambarkan data beserta informasi yang ada dengan berdasarkan fakta-fakta yang kemudian dianalisi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan informan dalam penelitian ini yaitu manajer operasional dan *account officer* Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah dari berbagai upaya strategi penetrasi pasar yang dilakukan untuk mendapatkan nasabah. Pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya mayoritas merupakan nasabah baru yang diperoleh melalui kerjasama dengan pihak *developer*. Pada tahun 2017, adanya peningkatan dalam jumlah nasabah untuk pembiayaan pemilikan rumah dan secara total pembiayaan ritel terjadi peningkatan, akan tetapi untuk volume pembiayaan yang diberikan oleh Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) terjadi penurunan. Ini yang membuat presentasi Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dalam kontribusinya pada pembiayaan ritel menurun.

Dari hasil ini diharapkan untuk tahun berikutnya, Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya memikirkan strategi lanjutan yang akan digunakan untuk meningkatkan jumlah pengguna dan volume penjualan pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dalam upayanya meningkatkan pembiayaan ritel.

Kata kunci: Strategi penetrasi pasar, pembiayaan ritel, pembiayaan pemilikan rumah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

PUBLIKASI v

ABSTRAK vi

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 9
C. Rumusan Masalah 10
D. Kajian Pustaka 10
E. Tujuan Penelitian 15
F. Kegunaan Hasil Penelitian 15
G. Definisi Operasional 17
H. Metode Penelitian 18
I. Sistematika Pembahasan 24

BAB II STRATEGI PENETRASI PASAR DAN PEMBIAYAAN RITEL 26

A. Strategi Penetrasi Pasar 26
1. Pengertian Strategi Penetrasi Pasar 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Faktor-faktor Penerapan Strategi Penentrasi Pasar 28
3. Pendekatan dalam Menerapkan Strategi Penetrasi Pasar 30
4. Bentuk Penetrasi Pasar 31
5. Macam-macam Strategi Penetrasi Pasar 32
6. Tujuan Strategi Penetrasi Pasar 36
B. Pembiayaan Ritel 37
1. Pengertian Pembiayaan Ritel 37
2. Produk Ritel 38
BAB III STRATEGI PENETRASI PASAR DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN RITEL PADA PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH DI BANK PANIN DUBAI SYARIAH KCU HR MUHAMMAD SURABAYA 44
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 44
1. Sejarah Berdirinya Bank Panin Dubai Syariah 44
2. Visi Misi Bank Panin Dubai Syariah 45
3. Struktur Organisasi Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya 46
4. Produk Pembiayaan Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya 48
B. Tahapan Penetrasi Pasar Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya 56
C. Strategi Penetrasi Pasar dalam Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya 68
D. Peningkatan Pembiayaan Ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya 70

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV ANALISIS STRATEGI PENETRASI PASAR DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN RITEL PADA PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH DI BANK PANIN DUBAI SYARIAH KCU HR MUHAMMAD SURABAYA 75

A. Analisis Strategi Penetrasi Pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya 75

B. Analisis Peningkatkan Pembiayaan Ritel Pada Pembiayaan Pemilikan Rumah Di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya 82

BAB V PENUTUP 89

A. Kesimpulan 89

B. Saran 90

DAFTAR PUSTAKA 91

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

3.1 Dokumen Persyaratan 59
3.2 Parameter Pembiayaan Konsumsi Beragunan Properti Menggunakan Akad MMQ 62
3.3 Angsuran *Take Over/Developer Platinum* 64
3.4 Angsuran *Primary/Developer Gold/Broker* 64
3.5 Angsuran *Secondary/Developer Silver* 65
3.6 Jumlah Nasabah PPR 2016-2017 69
3.7 Total Pembiayaan PPR 2016-2017 71
3.8 Total Pembiayaan Ritel 2016-2017 72
3.9 Presentasi PPR dari Total Pembiayaan Ritel 73

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 Matriks Ansoff 27

2.2 Skema *Murābahah* 40

2.3 Skema IMBT 41

2.4 Diagram Jumlah Modal pada Pembiayaan Akad MMQ 43

3.1 Struktur Organisasi 46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Sistem perbankan syariah secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariatif, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Dalam konteks pengelolaan perekonomian makro, meluasnya penggunaan berbagai produk dan instrumen keuangan syariah akan dapat merekatkan hubungan antara sektor keuangan dengan sektor riil serta menciptakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harmonisasi di antara kedua sektor tersebut. Semakin meluasnya penggunaan produk dan instrumen syariah disamping akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga akan mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif, sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian kestabilan harga jangka menengah-panjang.[1]

Industri keuangan syariah, khususnya pada perbankan syariah dapat dianggap sebagai industri yang sangat berpeluang di Indonesia. Mengingat populasi masyarakat muslim di Indonesia menduduki posisi terbesar. Oleh karena itu, industri ini masih berpeluang untuk tumbuh dengan pesat. Berdasarkan data LPS (Lembaga Penjamin Simpanan), saat ini Indonesia memiliki 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), 167 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).[2]

Munculnya berbagai perbankan syariah di Indonesia. Memunculkan persaingan antar bank syariah dalam menawarkan dan memperkenalkan produknya. Seperti disampaikan oleh Suwaldjo Puspopranoto[3] bahwa perbankan di Indonesia giat berlomba dalam memasyaratkatkan produk unggulan melalui promosi yang gencar, dalam hal ini bank harus pandai-pandai memanfaatkan

---

[1] Bank Indonesia, "Perbankan Syariah", dalam http://www.bi.go.id, diakses pada 04 Oktober 2017.

[2] Budi Raharjo, "Ini yang Buat Peluang Pertumbuhan Keuangan Syariah Masih Sangat Besar", dalam http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/17/10/13/oxrm31415-ini-yang-buat-peluang-pertumbuhan-keuangan-syariah-masih-sangat-besar, diakses pada tanggal 04 Oktober 2017.

[3] Oktaria Ade Putri, "Persaingan dan Inovasi Produk Bank Syariah", dalam http://www.academia.edu/15638482/PERSAINGAN_DAN_INOVASI_PRODUK_BANK_SYARIAH, diakses pada 04 Oktober 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keunggulan kompetitifnya. Demikian menjelaskan bahwa persaingan telah ada diantara lembaga perbankan, seperti halnya diantara sesama Bank Umum Syariah yang ada di negara ini. Maraknya persaingan yang terjadi memicu *trend* inovasi diantara sesama bank syariah khususnya inovasi produk yang mereka munculkan kepermukaan pangsa pasar mereka yang notabenenya memiliki pangsa pasar yang sama. Gencarnya persaingan mendorong untuk saling berinovasi dengan produk-produk mereka. Sebuah inovasi produk memang harus dikembangkan. Dalam mengembangkan produk, lembaga yang telah berjalan juga berpacu untuk memfasilitasi masyarakat dengan berbagai macam produk, karena tuntutan masyarakat tentang produk bank syariah juga semakin meningkat. Atas dasar inilah maka perbankan syariah harus dapat mengembangkan produk yang bersinggungan dengan penyediaan fasilitas pembiayaan yang langsung dibutuhkan oleh masyarakat kelas ekonomi atas maupun menengah ke bawah.[4]

Melihat persaingan dalam Perbankan di Indonesia yang semakin gencar. Bank Panin Dubai Syariah yang merupakan salah satu bank syariah di Indonesia juga terus melakukan inovasi produk dan memperluas segmen pembiayaannya. Bank Panin Dubai Syariah hadir untuk melayani dan memenuhi kebutuhan transaksi syariah seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Perbankan Syariah di Indonesia adalah perbankan yang modern, terbuka bagi semua masyarakat dan melayani seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali, baik muslim maupun non muslim. Perbankan Syariah dengan logo iB (baca ai-Bi) adalah ikon

[4] Hermansyah, "Inovasi Produk Perbankan Syariah", dalam http://www.academia.edu/ 9446205/ Inovasi_Produk_Perbankan_Syariah, diakses pada 04 Oktober 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau singkatan dari *Islamic Banking* (di Indonesia dikenal dengan Perbankan Syariah) dengan menawarkan produk serta jasa bank yang lebih beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi.[5]

Upaya yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah adalah meningkatkan pembiayaan dalam segmen ritel khususnya konsumer. PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk berencana meningkatkan porsi pembiayaan di segmen ritel dari mayoritas pembiayaan berada di segmen komersial. Segmen ritel ini akan menggarap pembiayaan rumah atau apartemen dan pembiayaan kartu kredit. Bank Panin Dubai Syariah akan transformasi bisnis dengan memperbesar porsi segmen ritel hingga 60% kedepannya. Perseroan berencana memulai transformasi bisnis ke segmen ritel, terutama konsumer pada tahun depan. Direktur Utama terpilih Panin Dubai Syariah Doddy Permadi mengatakan, pihaknya telah menginvestasikan teknologi untuk pengembangan pembiayaan ritel guna memperbesar porsi pembiayaan ritel hingga 60%-70% di tahun 2018.

Lebih lanjut, perseroan akan memulai memperlebar sayap bisnisnya kepada segmen ritel ketika core bisnis teknologi informasi sudah berjalan. Anak usaha Bank Panin ini menargetkan pembiayaan dapat tumbuh 33% atau mencapai Rp 8 triliun di akhir tahun 2017 dari perhitungan pembiayaan senilai Rp 6,26 triliun di akhir tahun 2016. Adapun, sampai saat ini, portofolio pembiayaan perseroan mayoritas masih pada segmen komersil sebesar 60%. Sisanya, sebesar 40% berada pada segmen ritel produktif. Bank Panin Dubai Syariah menginginkan

---

[5] Bank Panin Dubai Syariah, "Tentang Bank Panin Dubai Syariah", dalam http://www.paninbanksyariah.co.id/, diakses pada 04 Oktober 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

portofolio pembiayaan segmen konsumer bisa mencapai 60% nantinya. Hal ini dilakukan guna menjadi bank syariah modern yang juga bisa menggarap produk seperti bank konvensional. Jadi, selain menggarap pasar syariah, juga bisa mengambil pasar bank konvensional.[6]

Target untuk meningkatkan porsi pembiayaan segmen ritel konsumer, tidak hanya dilakukan pada Bank Panin Dubai Syariah Pusat yang berada di Jakarta. Melainkan seluruh Bank Panin Dubai Syariah yang tersebar di beberapa kota di Indonesia, seperti pada Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya yang akan menjadi studi kasus pada penelitian ini.

Menurut Franciscus Saverus Mantiri[7] selaku *Operational Manager* Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya menyatakan permintaan untuk memperlebar segmen pembiayaan pada ritel konsumer adalah permintaan dari pihak Dubai. Dari pihak Dubai meminta agar tidak hanya terfokus pada pembiayaan *Corporate*. Alasan memilih segmen ritel karena ritel mempunyai nasabah yang lebih menyebar, sehingga jika terjadi resiko tidak akan merugikan secara keseluruhan. Strategi untuk menembus segmen ritel di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah melalui produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) atau biasanya di bank konvensional dikenal dengan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR).

---

[6] Nurjamal, "Bank Panin Dubai Syariah Siap Tingkatkan Porsi Pembiayaan Segmen Ritel", dalam https://www.gomuslim.co.id/read/news/2017/05/23/4174/bank-panin-dubai-syariah-siap-tingkatkan-porsi-pembiayaan-segem-ritel,html, diakses pada 04 Oktober 2017.

[7] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 20 September 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dapat menjadi produk yang berpeluang untuk diminati dan dicari oleh masyarakat. Ini dapat dilihat dari hasil survei IPW (*Indonesia Property Watch*)[8] mencatat meskipun penjualan rumah tapak dengan harga diatas Rp 1 miliar anjlok hingga 63,6 persen pada kuartal II 2017 tetapi untuk penjualan rumah bagi kalangan bawah dengan harga rumah direntang Rp 300 juta sampai Rp 500 juta dan Rp 500 juta sampai Rp 1 miliar, mengalami peningkatan. Segmen Rp 300-500 juta meningkat 34,8 persen dan segmen Rp 500 juta sampai Rp 1 miliar sebesar 37,5 persen dibandingkan kuartal sebelumnya. Untuk itu dari pihak bank perlu kembali menghitung formula pembiayaan produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) yang menarik sehingga turut meningkatkan kesempatan pemilikan rumah masyarakat. Hal ini dapat membuat daya beli masyarakat di sektor perumahan akan naik.

Permintaan akan hunian di Jatim (Jawa Timur) mencapai sekitar lebih dari 230 ribu unit pada 2017. Namun, pasokan rumah di wilayah ini baru mencapai sekitar 7 persen dari permintaan atau setara lebih dari 15 ribu unit rumah. Di Surabaya, tingginya permintaan hunian mengerek naik harga rumah di wilayah tersebut. Data bank sentral merekam per Juni 2017, Surabaya mencatat kenaikan harga rumah tertinggi di Indonesia atau sebesar 7,75 persen secara tahunan (*year*

[8] Yuli Yanna Fauzie, "IPW: Penjualan Rumah di Atas Rp 1 Miliar Anjlok di Kuartal II", dalam http://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20170813131632-92-234349/ipw-penjulan-rumah-di-atas-rp1-miliar-anjlok-di-kuartal-ii, diakses pada 04 Oktober 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

on year). Peningkatan tersebut sejalan dengan tingginya permintaan terhadap rumah hunian di wilayah tersebut.[9]

Rumah merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat. Maka tidak heran apabila permintaan masyarakat akan rumah meningkat. Tetapi dengan harga rumah yang terus meningkat menyebabkan sedikitnya masyarakat yang mampu membeli rumah secara tunai. Peluang inilah yang harus dimanfaatkan oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya untuk menawarkan produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) yang dimiliki. Upaya ini dilakukakan untuk menarik minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Dengan banyaknya minat masyarakat melakukan pembiayaan tersebut, maka akan tercapainya target untuk meningkatkan pembiayaan ritel.

Salah satu strategi yang digunakan Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dalam menjual produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) adalah bekerjasama dengan *developer* mengenai ketersediaan pengadaan rumah siap huni dan menawarkan kepada masyarakat untuk melakukan pembiayaan pemilikan rumah melalui Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Selain itu, strategi yang dilakukan jika dalam satu *developer* ada beberapa bank yang menjalin kerjasama, yang mana bank-bank tersebut menawarkan margin yang kecil di awal. Bank Panin Dubai Syariah KCU

---

[9] Safyra Primadhyta, "Permintaan Hunian Tinggi, BTN Genjot Kredit di Jawa Timur", dalam http://www.cnnindonesia.com/ekonomi,20170831103540-78-23858/permintaan-hunian-tinggi-btn-genjot-kredit-di-jawa-timur/, diakses pada 04 Oktober 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

HR Muhammad Surabaya juga menurunkan marginnya agar tidak kalah bersaing dengan bank yang lainnya.

Kendala yang dihadapi oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah persaingan antar bank syariah maupun bank konvensional yang juga menawarkan produk serupa. Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya mulai meluncurkan Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) pada tahun 2016, akan tetapi produk tersebut dirasa belum mampu untuk menarik minat calon nasabah maupun nasabah. Ini dikarenakan harga yang ditawarkan relatif tinggi jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh bank konvensional. Melihat kondisi yang seperti itu, BPDS KCU HR. Muhammad Surabaya di tahun 2017 mulai mengambil langkah yaitu dengan melakukan penetrasi pasar. Dengan penetrasi pasar diharapkan usaha-usaha dalam meningkatkan penjualan atas produk pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya mampu memperkuat diri di pasar yang sudah ada dengan produk yang sama. Usaha-usaha harus lebih ditingkatkan guna mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar. Dengan begitu target untuk meningkatkan pembiayaan ritel melalui pembiayaan pemilikan rumah akan tercapai. Usaha yang dilakukan adalah seperti promosi yang kian gencar, iklan, peningkatan pelayanan serta harga yang kompetitif guna menarik minat calon nasabah.

Dari pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui mengenai strategi penetrasi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peningkatan pembiayaan ritel setelah dilakukannya strategi tersebut di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul **"Strategi Penetrasi Pasar Dalam Meningkatkan Pembiayaan Ritel Pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya"**.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah:

1. Idetifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas terdapat beberapa masalah dalam penelitian ini. Adapun masalah-masalah tersebut dapat di indentifikasi sebagai berikut:

a. Strategi yang akan dilakukan Bank Panin Dubai Syariah dalam memperbesar pembiayaan ritel.
b. Peluang produk pembiayaan pemilikan rumah (PPR) perbankan syariah.
c. Strategi penetrasi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.
d. Strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

2. Batasan Masalah

Untuk menghasilkan penelitian yang lebih terfokus pada judul skripsi, maka peneliti hanya meneliti, yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Strategi penetrasi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

b. Strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang masalah di atas dan untuk memperjelas arah dari penelitian ini, maka masalah dalam penelitian yang penulis rumuskan adalah:

1. Bagaimana startegi penetrasi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya?
2. Bagaimana strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada. Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu di antaranya:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Penelitian oleh Eliyah[10] pada tahun yang berjudul "Strategi Pemasaran Tabungan Muamalat Prima IB dalam Meningkatkan Dana Ritel (Tabungan) pada Bank Muamalat Indonesia", hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Bank Muamalat pada Produk Tabungan Muamalat Prima iB adalah melalui pendekatan *below the line* dengan program-programnya yaitu Program *Reward* Nisbah, Program Kilau emas dan Program Tabungan iB Muamalat Prima Berhadiah. Perbedaan pada penelitian ini adalah menggunakan strategi pemasaran sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukaan lebih di fokuskan terhadap strategi penetrasi pasar . Selain itu, perbedaannya pada subyek penelitian, yakni pada penelitian ini di Bank Muamalat Indonesia dan pada penelitian yang sedang dilakukan di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.
2. Penelitian oleh Mohamad Fikri Ramdhani[11] yang berjudul "Analisis Konsentrasi Penetrasi Pasar dan Distribusi Penyaluran Kredit Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Pulau Jawa", hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hampir di seluruh wilayah Pulau Jawa (Wilayah Jabodetabekten (DKBU), Propinsi Jawa Barat, Propinsi Jawa Tengah, Propinsi Jawa Timur dan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki nilai *Concentration Ratio* (CR4) yang kurang dari 40 persen

[10] Eliyah, "Strategi Pemasaran Tabungan Muamalah Prima IB dalam Meningkatkan Dana Ritel (Tabungan) pada Bank Muamalat Indonesia" (Skripsi-UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

[11] Mohamad Fikri Ramdhani, "Analisis Konsentrasi Penetrasi Pasar dan Distribusi Penyaluran Kredit Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Pulau Jawa" (Skripsi-Institut Pertanian Bogor, 2008).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan nilai *Herfindahl Hirschman Index* (HHI) kurang dari 1000 persen. Sehingga disimpulkan penetrasi pasar untuk BPR di Pulau Jawa adalah berbentuk Oligopoli longgar sesuai dengan klasifikasi *Shepherd* (1985). Namun, ada dua daerah yang memiliki atau cenderung mengikuti pasar bertipe Oligopoli ketat, yakni Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Barat. Penetrasi pasar ini tidak berubah, ketika dilakukan klasifikasi berdasarkan strata (sesuai dengan modal inti). Perbedan dari penelitian Analisis konsentrasi penetrasi pasar dan distribusi penyaluran kredit sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan adalah menggunakan strategi penetrasi pasar. Selain itu, perbedaannya pada subyek penelitian, yakni pada penelitian ini di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Pulau Jawa dan pada penelitian yang sedang dilakukan di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

3. Penelitian Oleh Agustina Setiyawati[12] yang berjudul "Analisis Strategi Promosi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Sistem Konvensional dan Syariah (Studi Kasus BTN dan BTN Syariah Kantor Cabang Solo)", hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan tujuan-tujuan promosi yang ingin dicapai perusahaan, maka prioritas alternatif-alternatif yang dapat dipilih adalah BTN Cabang Solo perlu meningkatkan kegiatan periklanan sebagai alternatif strategi pilihan

[12] Agustina Setiyawati, "Analisis Strategi Promosi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Sistem Konvensional dan Syariah (Studi Kasus BTN dan BTN Syariah Kantor Cabang Solo)" (Skripsi-Institut Pertanian Bogor, 2007).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertama. Alternatif selanjutnya adalah meningkatkan kegiatan publisitas dan humas, meningkatkan kegiatan promosi penjualan, meningkatkan kegiatan *personal selling* dan meningkatkan kegiatan pemasaran dan penjualan langsung sebagai alternatif strategi pilihan terakhir. Sedangkan prioritas alternatif bagi BTN Syariah Cabang Solo adalah dengan meningkatkan kegiatan publisitas dan humas sebagai alternatif strategi pilihan pertama. Alternatif selanjutnya adalah meningkatkan kegiatan pemasarandan penjualan langsung, meningkatkan kegiatan *personal selling*, meningkatkan kegiatan periklanan dan yang terakhir adalah meningkatkan kegiatan promosi penjualan. Perbedaannya pada penelitian ini mengunakan analisis strategi promosi sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan lebih di fokuskan terhadap strategi penetrasi pasar. Selain itu, perbedaannya pada subyek penelitian, yakni pada penelitian ini di BTN dan BTN Syariah Kantor Cabang Solo dan pada penelitian yang sedang dilakukan di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

4. Penelitian oleh Irfandi Mardi Putra[13] yang berjudul "Strategi Pemasaran Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Studi Kasus PT. BNI Syariah Cabang Surabaya Dharmawangsa", hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam memasarkan produk perbankan syariah mengutamakan prinsip *relationship* dan juga layanan *service*

[13] Irfandi Mardi Putra, "Strategi Pemasaran Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Studi Kasus PT. BNI Syariah Cabang Dharmawangsa" (Skripsi-STIESIA Surabaya, 2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

excellent tanpa membedakan nasabah tersebut dari agama, suku, dan ras dengan berlandaskan prinsip syariah. Dimana kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) dan *Product Differentiation*, merupakan salah satu faktor yang menentukan produk yang ditawarkan mampu bersaing dengan para pesaing di pasar bisnis yang sama. Perbedaan pada penelitian menggunakan strategi pemasaran sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan lebih di fokuskan terhadap strategi penetrasi pasar . Selain itu, perbedaannya adalah pada subyek penelitian, yakni pada penelitian ini di PT. BNI Syariah Cabang Surabaya Dharmawangsa dan pada penelitian yang sedang dilakukan di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

5. Penelitian oleh Marsinah[14] yang berjudul, "Strategi Marketing Pembiayaan Griya BSM dalam Upaya Pencapaian Target di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Tegal", hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa PT. Bank Syariah Mandiri KC Tegal, dalam upayanya untuk mencapai target Pembiayaan Griya BSM Bank Syariah Mandiri KC Tegal menerapkan berbagai strategi agar dapat memenangkat pasar dalam persaingan antar perbankan yang ada di kota Tegal. Strategi *door to door* merupakan salah satu strategi yang paling efektif yang digunakan oleh para pelaksana *marketing* Pembiayaan Griya BSM di KC Tegal, selain itu strategi *marketing* yang digunakan ole BSM KC Tegal adalah strategi *marketing mix*, dengan diterapkannya kedua

[14] Marsinah, "Strategi Marketing Pembiayaan Griya BSM dalam Upaya Pencapaian Target di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Tegal" (Skripsi-IAIN Purwokerto, 2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

strategi tersebut sehingga produk pembiayaan Griya BSM memiliki pemasaran yang baik dan mampu bersaing dengan produk KPR perbankan konvensional maupun PPR sesama bank syariah. Perbedaan pada penelitian menggunakan strategi *marketing* sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan lebih di fokuskan terhadap strategi penetrasi pasar. Selain itu, perbedaannya adalah pada subyek penelitian, yakni pada penelitian ini di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Tegal dan pada penelitian yang sedang dilakukan di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi penetrasi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.
2. Untuk menganalisis strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan hasil penelitian memuat uraian yang mempertegas bahwa masalah penelitian bermanfaat, baik dari segi teoritis maupun praktis. Sehingga hasil penelitin ini diharapkan bermanfaat baik bagi peneliti maupun bagi pembaca, diantaranya sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Aspek Keilmuan (teoritis)

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu pengetahuan mengenai strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

2. Aspek Teoritis (praktis)

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan kajian serta pertimbangan bagi:

a. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan dalam strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

b. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan sebagai bahan rujukan tambahan referensi atau perbandingan penelitian selanjutnya bagi bidang studi Ekonomi Syariah mengenai strategi penetrasi pasar perbankan syariah.

c. Bagi Praktisi

Menjadi bahan informasi, manfaat dan mengetahui strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, juga dapat menjadi bahan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

evaluasi serta masukan untuk lebih meningkatkan pemasaran produk pembiayaan pada bank tersebut.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional memuat penjelasan tentang pengertian yang bersifat operasional dari konsep/variabel penelitian sehingga bisa dijdikan acuan dalam menelusuri, menguji atau mengukur variabel tersebut melalui penelitian. Berikut ini definisi operasional yang berkaitan dengan judul penelitian sebagai berikut:

1. Strategi Penetrasi Pasar

   Strategi penetrasi pasar adalah suatu strategi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualannya atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih agresif.[15] Dalam penelitian ini penulis akan membahas strategi penetrasi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

2. Pembiayaan Ritel

   Pembiayaan ritel merupakan pembiayaan yang diberikan kepada individu atau pengusaha dengan skala kecil. Pembiayaan ini dapat diberikan dengan tujuan konsumsi, investasi kecil, dan pembiayaan modal kerja.[16] Dalam penilitian ini akan membahas mengenai strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada

[15] Jhon Wijaya "Penetrasi Pasar", dalam http://www.scribd.com, diakses pada 22 November 2017.
[16] Ikha Embun Ceria, "Pembiayaan Bank Syariah", dalam http://www.slideshare,net/mobile/ rikaramlawati/ Perbankan-SyariahPembiayaan, diakses pada 25 Oktober 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

3. Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR)

   Produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) adalah produk untuk pembiayaan kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan properti yakni rumah, ruko/rukan, baik baru maupun bekas, pembangunan (konstruksi) dan renovasi.[17] Dalam penelitian ini akan menggunakan produk PPR yang ada di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, sebagai strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR).

H. Metode Penelitian

Dalam rangka penulisan skripsi ini dan untuk membahas permasalahan yang ada di dalamnya tentu harus disertai dengan data atau informasi yang benar dan akurat serta dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Adapun metode yang digunakan oleh penulis dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

   Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, yaitu salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk terlebih dahulu menggambarkan data beserta informasi yang ada

[17] Bank Panin Dubai Syariah, "Pembiayaan Pemilikan Rumah PaS iB", dalam http://www.paninbanksyariah.co.id/index.php/mproduk?id=28, diakses pada 25 Oktober 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan berdasarkan fakta-fakta yang kemudian dianalisi. Dengan demikian penulis memfokuskan data-data pokok yang telah diperoleh terkait dengan strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

2. Data yang dikumpulkan

Data yang dikumpulkan ialah data yang perlu dihimpun untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Adapun data yang dikumpulkan antara lain:

a. Data yang dikumpulkan dari penelitian ini adalah data strategi penetrasi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.
b. Data yang dikumpulkan dari penelitian ini adalah data yang terkait dengan adanya peningkatan pembiayaan ritel setelah dilakukannya strategi penetrasi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu primer dan sekunder:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik individu maupun perorangan melalui hasil

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wawancara.[18]Adapun data yang dibutuhkan adalah data yang berkaitan dengan strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, misalnya strategi penetrasi pasar pada pembiayaan pemilikan rumah, data produk pembiayaan pemilikan rumah, data jumlah nasabah pembiayaan pemilikan rumah, dan data pembiayaan ritel. Kegiatan wawancara dilakukan secara langsung terhadap narasumber untuk mengetahui informasi tentang prosedur strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan Manajer Operasional dan *Account Officer* (AO) yang menangani produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR).

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data pendukung dan pelengkap data penelitian. Data ini sangat penting bagi kelengkapan analisa dari temuan hasil penelitian.[19] Sumber data sekunder yang dimaksud adalah buku-buku dan bahan-bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan penelitian sehingga dapat memperoleh data yang faktual, valid dan dapat dipertanggungjawabkan guna menyelesaikan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini misalnya buku mengenai manajemen

[18]Akhmad Fauzan, "Strategi Syariah Marketing Funding Products Koperasi Jasa Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif: Study Kasus di KJKS PP. Matholi'ul Anwar Kabupaten Lamongan" (Skripsi-UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016).
[19] Ibid., 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasaran, manajemen strategi, perbankan syariah, pembiayaan perbankan syariah, memahami bisnis bank syariah, mengelola bisnis pembiayaan bank syariah dan sumber lainnya yang relevan dalam pembahasan di dalam skripsi ini. Selain itu peneliti memperoleh data mengenai sejarah, visi dan misi, serta struktur organisasi di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini bersifat kualitatif, secara lebih rinci teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagi berikut:

a. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.[20] Observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini dilakukan di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya guna memperoleh data dan informasi yang diperlukan terkait dengan strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR).

[20] Wahyuni, Dewi Ayu Sri. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Sumber Cirebon" (Skripsi-IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2016), 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Wawancara

wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang di wawancarai.[21] Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung baik secara struktur maupun bebas dengan pihak Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, terkait dengan strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR).

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu segala aktifitas yang berhubungan dengan pengumpulan, pengadaan, pengelolaan, dokumentasi-dokumentasi secara sistematis dan ilmiah serta pendistribusian informasi kepada informan. Dokumen digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan.[22] Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data-data yang berisikan informasi tentang Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya sesuai dengan masalah yang diteliti.

[21] Maulidiyah, "Analisis Penerapan Segmentasi Pasar Pada Produk Tabungan Emas dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Pegadaian Syariah" (Skripsi-UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017).
[22] Ibid., 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Teknik Pengelolan Data

Teknik pengelolaan data yang dilakukan oleh peneliti setelah data-data yang diperlukan terkumpul adalah sebagai berikut:

a. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian. Melakukan pengeditan data yang telah diperoleh dari lapangan.[23]

b. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah di dapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis. Menyusun dan mengklasifikasikan data sesuai dengan jenis dan kebutuhan.[24]

c. Analisis data, yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, cacatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.[25]

d. Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai

[23] Ibid., 19.
[24] Ibid., 20.
[25] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.[26]

6. Teknik Analisis Data

Data penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis, yaitu suatu teknik penelitian dimana penulis terlebih dahulu menggambarkan data beserta informasi yang ada dengan berdasarkan fakta-fakta yang kemudian dianalisi.[27] Dengan demikian penulis memilih memfokuskan data-data pokok yang telah diperoleh terkait dengan strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR. Muhammad Surabaya.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penelitian ini, maka akan disusun dengan sistematika yang terdiri dari beberapa bab atau bagian sesuai dengan petunjuk buku panduan penulisan proposal skripsi, yaitu:

Bab satu merupakan pendahuluan. Pembahasan pada bab ini adalah menjelaskan latar belakang penelitian, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

---

[26] Ibid.

[27] Rika Fitrianti, "Manajemen Resiko Pembiayaan Mikro pada BRI Syariah kantor Cabang Pembantu Cipulir" (Skripsi-Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab dua berfungsi sebagai dasar kajian untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Dalam bab ini menjelaskan teori-teori serta telaah pustaka yang berhubungan dengan permasalahan dan kerangka pemikiran teoritis mengenai masalah yang diangkat yaitu strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

Bab tiga, pada bab ini akan menguraikan informasi tentang sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, produk-produk pembiayaan, dan strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

Bab empat berisi tentang analisis data, yang menguraikan analisis tentang strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) melalui strategi penetrasi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR).

Bab lima atau bab terakhir adalah Penutup. Dalam bagian penutup, akan disajikan kesimpulan serta saran dari penulis mengenai hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

STRATEGI PENETRASI PASAR DAN PEMBIAYAAN RITEL

A. Strategi Penetrasi Pasar

1. Pengertian

Ada beberapa macam pengertian strategi sebagaimana dikemukakan oleh para ahli. Menurut Stephanie K. Marrus[28], seperti yang dikutip Sukristono, strategi didefinisikan sebagi suatu proses penentu rencana pra pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain itu, menurut Hamel dan Prahalad mendefinisikan strategi sebagai tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

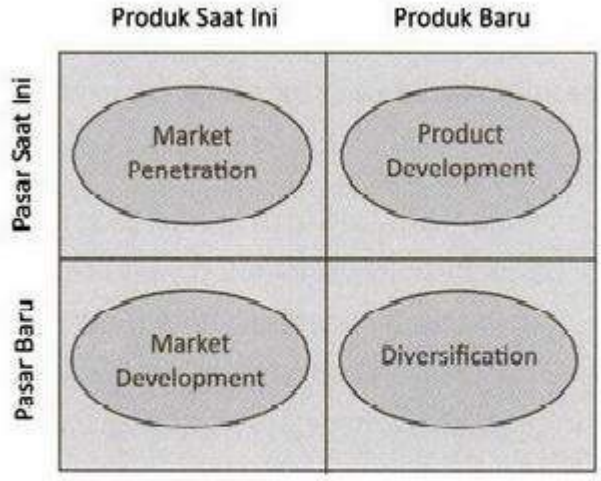
Untuk pengertian dari penetrasi pasar yaitu mengacu pada keberhasilan penjualan suatu produk atau layanan di pasar tertentu. Ini diukur dengan jumlah volume penjualan barang atau jasa yang ada.[29] Strategi ini melibatkan penjualan produk atau layanan saat ini ke pasar yang ada untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih tinggi. Ini dapat melibatkan membujuk pelanggan saat ini untuk membeli atau menggunakan produk lebih banyak dan pelanggn baru untuk mulai membeli atau bahkan mengubah pelanggan dari pesaing mereka. Ini dapat diimplementasikan

[28] Husein Umar, "Strategic Management in Action", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 31.
[29] Richardson dan Evan, "Strategies for Diversification", (United States: Harvard Business Publishing, 1922)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan metode seperti harga yang kompetitif, peningkatan komunikasi pemasaran atau menggunakan sistem hadiah seperti poin loyalitas atau diskon.

Ada beberapa pengertian strategi penetrasi pasar. Dalam konsep strategi pertumbuhan menurut Igor Ansoff[30] merupakan suatu pendekatan yang biasa digunakan untuk pemilihan strategi dalam rangka meningkatkan pendapatan perusahaan (*revenue growth*). Dengan mempertimbangkan faktor produk dan faktor pasar, maka strategi yang dipilih tergantung dari produk yang hendak difokuskan (produk baru atau produk yang saat ini ada) dan pasar yang hendak dituju (pasar baru atau pasar yang saat ini ada).



Gambar 2.1
Matriks Ansoff

Gambar tersebut mengindikasikan empat strategi bisnis yang disarankan oleh Igor Insoff yang salah satunya merupakan strategi penetrasi pasar. Strategi penetrasi pasar (*market penetration*) menurut Igor

[30] Budy Purwanto, "Manajemen SDM Berbasis Proses" (Jakarta: Grasindo, 2010), 30.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ansoff adalah strategi untuk mendapatkan *revenue growth* dengan cara menfokuskan diri pada penjualan produk-produk yang sudah ada (*exiting product*) pada pasar yang sudah atau sedang digarap (*existing markets*).

Menurut Sofjan Assauri[31], strategi penetrasi pasar adalah suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui pemasaran yang lebih agresif.

Bagi pemasar[32] sering mengartikan *market penetration strategy* (strategi penetrasi pasar) sebagai strategi yang berhubungan dengan kedalaman penjualan produk tertentu di pasar tertentu. Semakin dalam penetrasinya semakin tinggi volume penjualan produk. Agar dapat memperluas penjualan produk yang sekarang dijual di pasar, pemasar harus memanfaatkan strategi penetrasi pasar. Misalnya, memotong harga, meningkatkan frekuensi iklan, mendapatkan kedudukan peragaan (*display* produk) yang lebih baik untuk produknya, atau menggunakan taktik pendistribusiaan yang inovatif.

2. Faktor-faktor Penerapan Strategi Penetrasi Pasar

Faktor-faktor atau kondisi penerapan strategi tersebut agar dapat dilaksanakan dengan baik[33], antara lain:

---

[31] Prof. Dr. Sofjan Assauri, M.B.A, "Manajemen Pemasaran" (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 193.

[32] Frans M. Royan, "The Smart Marketer in Cafe: Strategi Memasksimalkan Penetrasi Produk" (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), xii.

[33] Jemsly Hutabarat, Martini Huseini, "Proses, Formasi & Implementasi Manajemen strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi" (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), 172.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pasar dan target pasar. Pasar cukup berbeda untuk mencegah pesaing menyerang segmen tersebut cukup stabil dalam arti bahwa pasar tidak dipengaruhi secara signifikan oleh musim dan siklus yang mendorong perusahaan untuk diversifikasi. Demikian juga dengan terget pasar, sebaiknya bukan produk yang sudah jenuh.
b. Permintaan dan hambatan masuk. Permintaan sebaiknya stabil dan laju penggunaan pelanggan dapat ditingkatkan secara signifikan, dengan hambatan masuk industri yang tinggi. Pengembangan teknologi utama relatif tidak banyak berubah.
c. Masukan (input). Sebaiknya masukan stabil baik dalam harga maupun kuantitas, serta tersedia dalam jumlah yang cukup pada saat diperlukan.
d. Skala ekonomi. Bila peningkatan skala ekonomis masih dapat dicapai secara cepat, maka penggunaan strategi ini perlu diperhatikan terutama untuk membangun keunggulan bersaing.
e. Pangsa pasar pesaing. Strategi ini efektif pada saat pangsa pasar pesaing utama mengalami penurunan sementara penjualan industri meningkat.
f. Penjualan dan biaya. Strategi ini efektif pada saat adanya korelasi secara historis yang tinggi antara penjualan dengan biaya pemasaran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pendekatan Dalam Menerapkan Strategi Penetrasi Pasar

Terdapat empat pendekatan yang bisa dilakukan ketika menerapkan strategi penetrasi pasar,[34] yaitu:

a. Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar, hal ini dilakukan dengan menggunakan kombinasi dari strategi harga yang kompetitif, iklan dan promosi penjualan.

b. Mengamankan dominasi pasar pertumbuhan, pendekatan yang digunakan adalah dengan mengidentifikasi demografis baru untuk produk.

c. Restrukturisasi pasar yang matang, banyak perusahaan atau organisasi yang menemukan diri mereka di pasar yang matang atau jenuh dan untuk mencapai pangsa pasar yang lebih lanjut membutuhkan pendekatan yang berbeda. Strategi ini memerlukan kampanye promosi yang agresif, didukung oleh strategi harga yang dirancang untuk membuat pasar tidak menarik untuk pesaing.

d. Peningkatan penggunaan oleh pelanggan yang sudah ada, pendekatan lain untuk penetrasi pasar adalah untuk membunjuk pelanggan yang ada untuk menggunakan produk atau jasa lebih sering. Ada beberapa taktik yang dapat digunakan untuk melakukan hal ini, termasuk skema loyalitas, menambah nilai pada produk saat ini, atau membuat perubahan yang mendorong pengguna lebih besar

[34] Jenny Korhonen, "Exploration and Analysis of Market Growth Opportunities in The Tractor Municipality Segmen in Germant" (Thesis-Lapland University of Applied Sciences, 2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Taktik pendekatan ini semua bertujuan untuk mengikat pelanggan untuk produk dan jasa dengan membuatnya lebih sulit bagi masyarakat untuk pindah ke yang lain. Kunci dalam strategi penetrasi pasar yang berhasil adalah memiliki pengetahuan yang rinci mengenai pasar dan pesaing. Dalam hal ini penetrasi pasar menawarkan perusahaan kesempatan untuk meningkatkan baik penjualan mereka serta pendapatan.

4. Bentuk Penetrasi Pasar

Secara umum, penetrasi pasar dapat dibedakan menjadi tiga bentuk[35], yaitu:

1. Perusahaan dapat mencoba untuk merangsang konsumen agar meningkatkan pembeliannya. Pembelian dapat diuraikan sebagai fungsi dari frekuensi pembelian dikalikan dengan jumlah pembelian yang dilakukan. Suatu perusahaan dapat mendorong konsumennya untuk membeli lebih sering sekaligus membeli lebih banyak pada setiap pembelian. Promosi, harga, iklan, publisitas, dan perluasan jaringan distribusi sangatlah membantu. Secara lebih mendasar, perusahaan dapat mempertimbangkan kesempatan-kesempatan untuk meningkatkan tingkat konsumsi yang ada, yang merupakan dasar dari tingkat pembelian yang dihadapi. Tingkat konsumsi adalah fungsi dari penggunaan produk dikalikan dengan jumlah yang digunakan/dikonsumsi pada setiap kali penggunaan.

[35] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Perusahaan dapat meningkatkan usahanya dengan menarik atau mempengaruhi konsumen dari pesaing. Sarana yang digunakan sama seperti yang telah dijelaskan dalam butir yang pertama. Perbedaanya adalah dalam sasaran yang dituju, yaitu pada konsumen saingan.
3. Perusahaan dapat meningkatkan usahanya dengan menarik yang bukan pemakai (*nonusers*) atau calon konsumen yang berada dalam lingkungan pasarnya. Sarana yang digunakan tidak berbeda. Perbedaannya terletak pada sasaran yang akan dituju, yaitu para calon konsumen dan yang bukan pemakai.

5. Macam-macam Strategi Penetrasi Pasar

Beberapa strategi penetrasi pasar yang dapat digunakan terkait dalam usaha untuk meningkatkan penguasaan pasar oleh perusahaan dan sekaligus meningkatkan penjualan.[36] Strategi ini tidak terlepas dengan usaha perusahaan untuk memasuki pasar dengan suatu produk baru. Dalam usaha ini perusahaan dapat mengatur kegiatan pemasarannya dalam bentuk salah satu dari strategi sebagai berikut:

a. Strategi *Rapid Skimming*

Strategi ini dijalankan dengan menetapkan tingkat harga penjualan dan tingkat kegiatan promosi yang tinggi. Perusahaan menetapkan harga yang tinggi dalam rangka mendpatkan laba per unit yang setinggi-tingginya, sebelum para pesaing memasuki pasar dengan

[36] Ibid., 194.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menawarkan produk yang sama. Perusahaan melakukan kegiatan promosi yang tinggi guna menyakinkan calon konsumen bahwa produk yang mereka beli adalah sesuai dengan harga yang mereka bayar. Disamping itu kegiatn promosi yang tinggi ini ditujukan untuk dapat menarik calon pembeli sebanyak-banyaknya, sebelum para pesaing memasuki pasar atau untuk menghalangi para pesaing tersebut untuk dapat masuk pasar. Kegiatan promosi ini sebenarnya ditujukan untuk dapat mempercepat usaha penyusupan atau penetrasi pasar.

Strategi *rapid skimming* hanya dapat dilaksanakan dengan menggunakan beberapa asumsi sebagai berikut:

1) Sebagian besar potensi pasar yang belum mengenal produk.
2) Calon konsumen yang telah mengenal produk akan tertarik untuk memiliki produk tersebut dan memiliki kesanggupan untuk membayar harga yang diminta.
3) Perusahaan menghadapi persaingan yang potensial dan bertujuan untuk membangun preferensi merek (brand preference).

b. Strategi *Slow Skimming*

Strategi ini dijalankan dengan menetapkan harga penjualan yang tinggi adalah untuk memperoleh laba per unit yang setinggi-tingginya, sebelum para pesaing memasuki pasar dengan menawarkan produk yang sama. Sedangkan tujuan penetapan kegiatan promosi yang rendah adalah dalam rangka dapat dicapainya efisiensi kegiatan pemasaran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

khususnya dan perusahaan umumnya, sehingga perusahaan memperoleh laba laba bersih yang cukup tinggi. Kombinasi penetapan harga yang tinggi dan kegiatan promosi yang rendah ditujukan untuk mendapatkn keuntungan yang besar dari pemasaran produk yng dihasilkan tersebut.

Strategi *slow skimming* hanya dapat dilaksanakan dengan menggunakan beberapa asumsi sebagai berikut:

1) Luas pasar secara relatif terbatas.
2) Sebagian besar pasar telah mengenal produk itu.
3) Calon konsumen bersedia membayar harga yang diminta.
4) Kemungkinan ancaman para pesaing kecil.

c. Strategi *Rapid Penetration*

Strategi ini dijalankan dengan menetapkan harga produk yang rendah dan kegiatan promosi yang tinggi. Strategi ini dijalankan dengan tujuan agar perusahaan dapat menyusup di pasar dan dapat memasuki pasar secepat-cepatnya, sehingga dapat diperoleh share pasar sebesar-besarnya.

Strategi *rapid penetration* hanya dapat dijalankan dengan menggunakan beberapa asumsi sebagai berikut:

1) Luas pasar relatif cukup besar.
2) Umumnya pasar itu belum mengenal produk.
3) Calon konsumen umumnya peka terhadap harga.
4) Kemungkinan ancaman para pesaing cukup besar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Biaya produksi per unit cenderung menurun dengan bertambahnya jumlah produksi dn pengalaman kerja.

d. Strategi *Slow Penetration*

Strategi ini dijalankan dengan menetapkan harga jual yang rendah dan kegiatan promosi yang juga rendah. Harga yang rendah dimaksudkan agar perusaahaan dapat merangsang pasar untuk menyerap produk dengan cepat, sedangkan di lain pihak perusahaan dapat menjaga agar biaya promosinya tetap rendah , sehingga laba bersih yang dapat diperoleh cukup besar. Dengan strategi ini, perusahaan beranggapan pasar tersebut mempunyai harga yang cukup elastis, tetapi promosinya kurang elastis.

Strategi *slow penetration* hanya dapat dijalankan dengan menggunakan beberapa asumsi sebagai berikut:

1) Luas pasar relatif cukup besar.
2) Umumnya pasar itu sangat mengenal produk tersebut.
3) Umumnya pasar itu sangat sensitif terhadap harga (*price sensitive*).
4) Kemungkinan ada ancaman dari para pesaing.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Tujuan Strategi Penetrasi Pasar

Tujuan dari strategi penetrasi pasar adalah untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar dari produk-produk yang sudah dimiliki.[37] Hal ini dapat dicapai melalui:

a. Merebut custumer yang merupakan pengguna produk kompetitor (*take competitor's custumer*), misalnya dengan menggunakan kombinasai dari iklan, promosi dan penentuan harga.
b. Meningkatkan jumlah pengguna produk (*increase usage*), misalnya dengan memanfaatkan program loyalitas pelanggan dan *point reward*.

Sebagai strategi, penetrasi pasar digunakan ketika bisnis berusaha meningkatkan pertumbuhan penjualan produk atau layanan yang ada untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih tinggi.[38] Strategi ini sering digunakan selama tahap awal bisnis atau sebelum memasuki pasar, untuk membuktikan keberadaan pasar dan menunjukan ukuran pasar untuk produk atau layanannya, juga untuk mendapatkan pemahaman mengenai jumlah pesaing dan seberapa baik mereka melakukannya. Oleh karena itu, bisnis dapat memutuskan apakah baik untuk memasuki pasar target mereka atau tidak dan bagaimana perusahaan dapat membat produk atau layanannya lebih menarik bagi konsumen daripada pesaingnya.

---

[37] Ibid., 31

[38] Kwortnik, "Internasional Encyclopedia of Hospitality Management", (London: Routledge, 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selama melakukan bisnis, jika penjualan menurun dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, maka juga dapat menerapkan strategi penetrasi pasar untuk mencari peluang untuk meningkatkan penjualan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan pangsa pasar yang lebih tinggi, ide utamanya adalah bahwa bisnis harus meningkatkan volume penjualan ke pelanggan yang ada dengan mendorong penggunaan yang lebih sering atau lebih besar, ataupun memperluas ukuran populasi pelanggan di pasar saat ini dengan menarik potensi baru pelanggan untuk membeli barang atau jasa.

Penetrsi pasar bukan hanya strategi tetapi juga mengukur tingkat popularitas suatu merek atau produk dalam jumlah pelanggan di pasar yang membeli produk tersebut.[39]

B. Pembiayaan Ritel

1. Pengertian

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu memberikan fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak yang merupakan *defisit unit*.[40] Dalam fungsi penyaluran dana, bank syariah menggunakan terminologi "pembiayaan" atau *financing*.[41] Pembiayaan di Bank Syariah tidak meminjamkan uang tetapi membiayai keperluan nasabahnya. Pembiayaan itu dapat dilakukan dengan cara membelikan

[39] Farris, Bendle, Pfeifer dan Reibstein, "Marketing Metrics: 50+ Metrics Every Executive Should Master" (Philadelphia: Wharton Press, 2006)

[40] Muhammad Syafi'i Antonio, "Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik" (Jakarta: Gema Insni Press, 2001), 106.

[41] Yusak Laksmana, "Tanya Jawab Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah" (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), 40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

barang yang dibutuhkan nasabah lalu dijual kembali kepada nasabah tersebut, atau dengan cara menyuntikan modal, atau dengan melakukan jasa tertentu yang mendapat imbalan. Intinya adalah dicari cara agar dapat sama-sama untung tanpa harus membungakan uang.[42]

Maka perbankan syariah menempuh cara memberikan pembiayaan (*financing*) berdasarkan prinsip jual-beli, prinsip sewa-beli atau berdasarkan prinsip kemitraan (*parnership)* yaitu prinsip penyertaan atau prinsip bagi hasil.

Sedangkan pengertian dari ritel adalah kegiatan penjualan barang atau jasa sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan konsumen.[43] Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan ritel sebagai usaha bersama dalam bidang perniagaan dalam jumlah kecil kepada pengguna akhir atau eceran.[44]

2. Produk Ritel

Retail banking adalah bank yang memfokuskan diri untuk memberikan pelayanan terutama kepada nasabah individu dan sektor usaha kecil dan menengah. *Retail banking* memfokuskan diri terutama pada *customer market*.[45] Segmen nasabah dari bank retail adalah nasabah individual dan entitas bisnis kecil dan menengah. Produk-produk yang ditawarkan oleh bank retail adalah *mass-market banking* (produk massal) yang menyediakan

[42] Ahmad Gozali, "Serba-Serbi Kredit Syariah: Jangan Ada Bunga Di Antara Kita" (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2005), 18.

[43] Sopiah, Etta Mamang Sangadji, "Salesmanship (Kepenjualan)" (Jakarta: Bumi Aksara, 2016).

[44] Departemen Pendidikan Nasional, "Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa" (Jakarta: Gramedi Pustaka Utama, 2008), 1170.

[45] Bank Indonesia, "Kajian Model Bisnis Perbankan Syariah" (Jakarta: Departemen Perbankan Syariah, 2012), 24.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbagai macam produk dan layanan seperti *personal banking services*, yaitu tabungan, deposito, jenis pembiayaan konsumtif, antara lain yaitu pembiayaaan pemilikan rumah, pembiayaan mobil, pembiayaan multiguna dan kartu pembiayaan.[46]

Mass-market menjadikan biaya produksi lebih murah sehingga biaya yang dibebankan kepada nasabah juga lebih murah (*Economic Scale*). Sarana-sarana yang banya dilakukan oleh bank retail untuk menjangkau nasabahnya adalah *Automatic Teller Machines* (ATMs), *Virtual retail banking* yang dikenal dengan sebutan *online banking*, cabang/*branches* (masih menjadi *channel* kunci bank retail) dan *telephone call centers*.

Dalam penelitiaan ini penulis hanya akan membahas mengenai produk pembiayaan pemilikan rumah. Pengertian dari Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) adalah fasilitas pembiayaan untuk pembelian/pembangunan/renovasi rumah tinggal, rumah susun, ruko, rukan, apartemen, dan lain-lain, dengan jaminan berupa objek yang dibiayai.[47] Selain itu, pengertian Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) yaitu fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk keperluan pembelian rumah/tempat tinggal/apartemen/rukan yang dijual melalui *developer* atau *non developer* dan diperuntukan bukan untuk usaha, tetapi dapat juga digunakan untuk *Take Over* dan Renovasi.[48]

---

[46] Ibid., 208.

[47] Ibid.

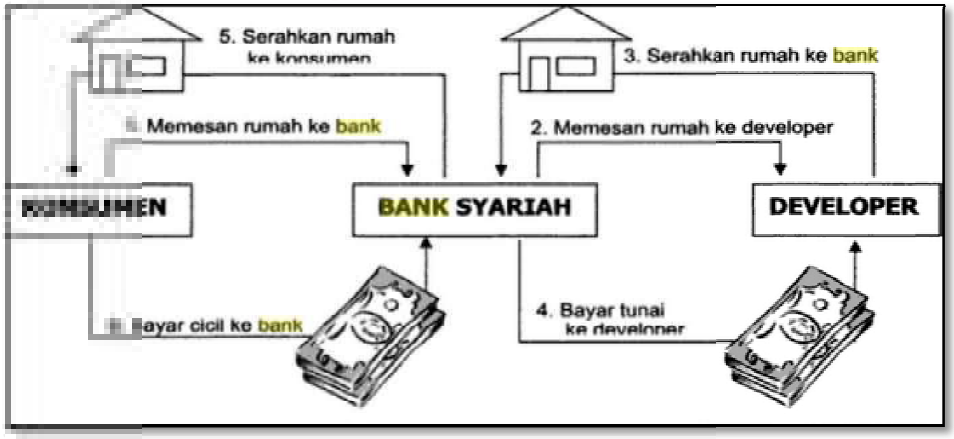
[48] Ikatan Bankir Indonesia, "Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah" (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 50.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada beberapa akad yang dapat digunakan pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR), yaitu:

a. Akad *Murābahah*

Akad *murābahah* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. *Murābahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan) karena dalam transaksi jual beli bank menyebut jumlah keuntungannya (margin/*mark up*). Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, *murābahah* lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan. Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.

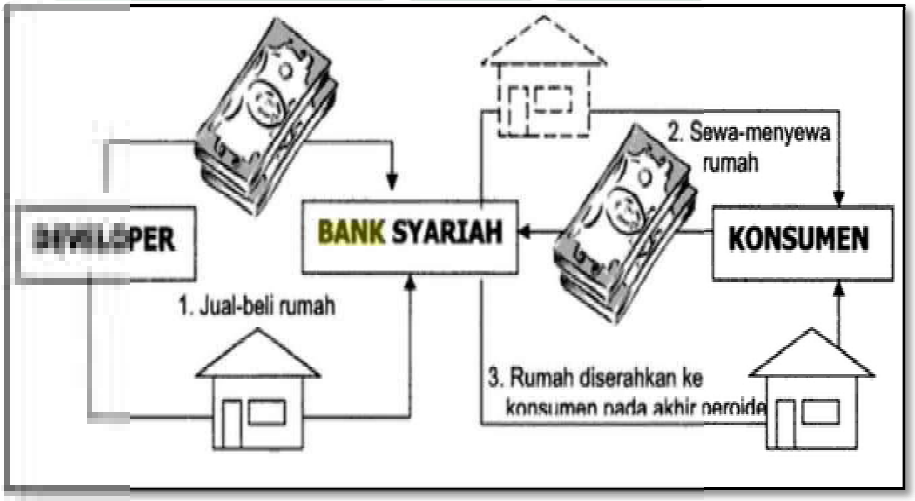


Gambar 2.2
Skema *Murābahah*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Akad *Ijārah Muntahiya Bittamlik*

Akad *ijārah muntahiya bittamlik* merupakan akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepilikan barang. Untuk fitur dan mekanisme sama seperti *ijārah* hanya saja bank selain bertindak sebagai penyedia jasa dalam kegiatan transaksi *ijārah* dengan nasabah, juga bertindak sebagai pemberi janji antara lain untuk memberikan opsi pengalihan hak penguasaan objek sewa kepada nasabah sesuai kesepakatan. Perpindahaan objek sewa dapat diperlakukan sebagai hadiah, atau penjualan sebelum akad berakhir sebesar harga yang sebanding dengan sisa ciciln sewa, atau penjualan pada akhir masa sewa dengan pembayaran tertentu yang disepakati pada awal akad, atau penjualan secara bertahap sebesar harga tertentu yang disepakati dalam akad.



Gambar 2.3
Skema IMBT

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Akad *Musyārakah Mutanāqṣhah*

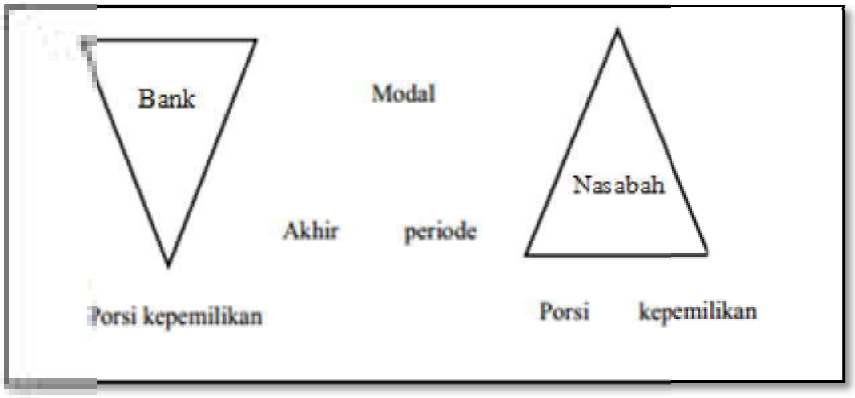
Akad *musyārakah mutanāqṣhah* [49] adalah bentuk kerjasama antara dua pihak yang atau lebih untuk kepemilikan salah satu pihak sementara pihak yang lain bertambah hak kepemilikannya. Perpindahan ini melalui mekanisme pembayaran atas hak kepemilikan yang lain. Bentuk kerjasma ini berakhir dengan pengalihan hak salah satu puhak kepada pihak lain.

Dari pemahaman tersebut, konsep dari akad musyarakah mutanaqishah dijadikan konsep dalam perbankan syariah, yaitu kerjasama antara bank dengan nasabah untuk pengadaan atau pembelian suatu barang yang mana aset barang tersebut jadi milik bersama. Adapun besaran kepemilikan dapat ditentukan sesuai dengan sejumlah modal atau dana yang dimiliki oleh bank.

Jumlah modal bank semakin lama semakin kecil, berbanding terbalik dengan jumlah modal nasabah yang semakin bertambah karena pembayaran angsuran pada setiap bulan. Pada akhir masa pembiayaan, jumlah modal bank telah diambil alih 100% nasabah sehingga kepemilikan atas rumah dialihkan menjadi milik nasabah. Secara sederhana, jumlah modal antara bank dan nasabah dapat digambarkan sebagai berikut:

[49] Putri Kamilatur Rohmi, "Implementasi Akad Musyarakah Mutanaqishah Pada Pembiayaan Kepemilikan Rumah Di Bank Muamalat Lumajang", Iqtishoduna Vol. 5 No. 1 (April 2015), 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 2.4
Diagram Jumlah Modal pada Pembiayaan Akad MMQ

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

STRATEGI PENETRASI PASAR DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN RITEL PADA PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH BANK PANIN DUBAI SYARIAH KCU HR MUHAMMAD SURABAYA

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Panin Dubai Syariah

Bank Panin Dubai Syariah merupakan anak perusahaan dari Panin Bank yang bergerak dalam perbankan syariah, sebagai langkah maju untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas. Bank Panin Dubai Syariah berkantor pusat di Gedung Panin Life Center, Jalan Letjen S. Parman Kav. 91, Jakarta Barat.

Pada tanggal 6 Oktober 2009 Bank Panin Dubai Syariah yang masih menggunakan nama Bank Panin Syariah mendapatkan ijin usaha dari Bank Indonesia sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.11/52/KEP.GBI/DpG/2009. Setelah bersiap diri serta mengembangkan sarana dan prasarana Bank Panin Syariah mulai beroperasi sebagai Bank Umum Syariah pada tanggal 2 Desember 2009.[50]

Bank Panin Syariah mulai meresmikan nama dan logo baru yakni Bank Panin Dubai Syariah sehubungan dengan masuknya Dubai Islamic Bank sebagai salah satu pemegang saham mayoritas sebesar 40%. Melalui Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) PT Bank Panin Syariah Tbk menyetujui pergantian nama perusahaan menjadi PT Bank Panin Dubai

[50] Syariah Bank, "Profil Bank Panin Syariah", https://www.syariahbank.com/profil-bank-panin-syariah/, diakses pada 20 Januari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syariah Tbk. Persetujuan penambahan saham Dubai Islamic Bank ke Bank Panin Dubai Syariah telah disetujui oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 28 September 2015.[51] Dengan demikian, pemegang saham Panin Dubai Syariah adalah PT Bank Panin Tbk sebesar 50,52%, Dubai Islamic Bank sebesar 38,25% dan sekitar 11,53% dimiliki masyarakat melalui pasar modal. Bank Panin Dubai Syariah juga merupakan satu-satunya bank umum syariah yang telah go public di Indonesia dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) sejak awal 2014.[52]

2. **Visi Misi Bank Panin Dubai Syariah**

a. Visi[53]

Bank Syariah pilihan yang menjadi Role Model berbasiskan Kemitraan dan Ekonomi Rakyat.

b. Misi

1) Menyediakan produk dan layanan yang kreatif, inovatif dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat
2) Mengembankan kemitraan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi rakyat

---

[51] Galvan Yudistira, "Nama Panin Syariah jadi Bank Panin Dubai Syariah", dalam http://m.kontan.co.id/news/nama-panin-syariah-jadi-bank-panin-dubai-syariah, diakses pada 20 Januari 2018.

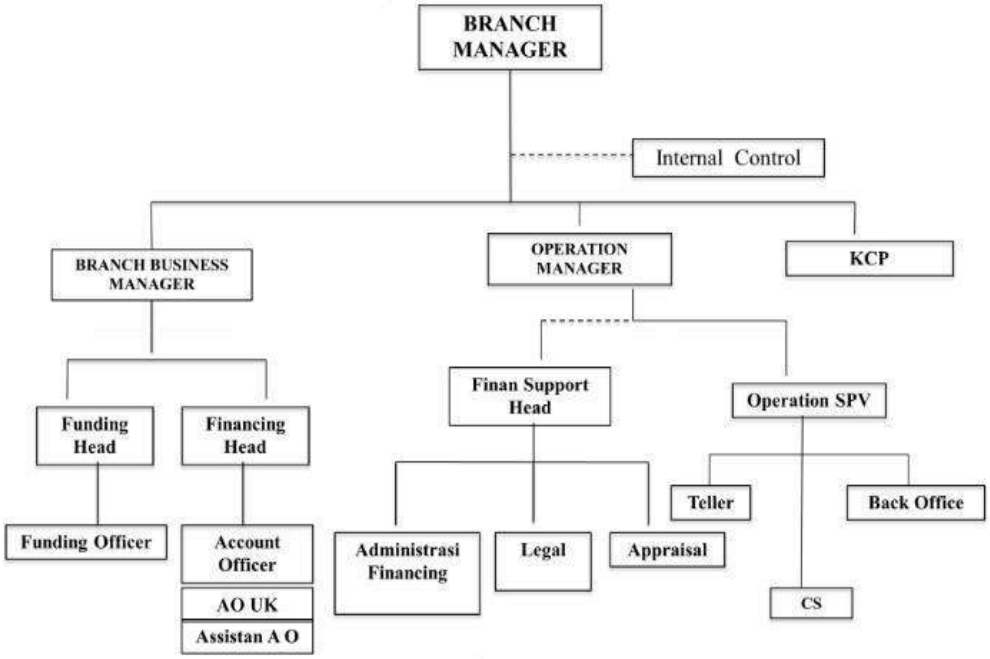
[52] Kunthi Fahmar Sandy, "Bank Panin Syariah Resmikan Nama dan Logo Baru", dalam https://ekbis.sindonews.com/read/1190300/178/bank-panin-syariah-resmikan-nama-dan-logo-baru-1490087143, diakses pada 20 Januari 2018.

[53] Panin Dubai Syariah Bank, "Profil Perusahaan", dalam https:// www.Paninbanksyariah. co. id/ index. php/ mtentangkami, diakses pada 20 Januari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Mengembangkan sumber daya insani berintegritas dan profesional berlandaskan nilai-nilai spiritual berbasis sistem merit
4) Menerapkan tata kelola perusahaan dan sistem pengendalian yang terintegritas sesuai prinsip syariah
5) Meningkatkan nilai tambah kepada stakeholder

3. **Struktur Organisasi Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya**



Gambar 3.1
Struktur Organisasi

a. *Branch Manager*:

1) Mempersiapkan, mengusulkan, melakukan negoisasi, merevisi rencana kerja dan anggran dalam rangka mencapai target bisnis yang ditetapkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Membina dan mengkoordinasikan unit-unit kerja di bawahnya untuk mencapai target yang telah ditetapkan.
3) Mengfungsikan semua unit kerja di bawahnya dan pekerja binaannya dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan sesuai dengn strategi yang telah ditetapkan guna mewujudkan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi nasabahnya.
4) Mengawasi semua bawahannya dan unit-unit kerja di bawahnya dalam rangka melaksanakan dan mencapai sasaran dari rencana yang telah ditetapkan.
5) Melaksanakan kegiatan pemasaran dana, jasa serta pembiayaan dalam rangka memperluas pangsa pasar.

b. *Branch Businnes Manager*: Memimpin usaha dan meningkatkan kinerja kantor cabang melalui analisis terhadap target market, mengembangkan dan menerapkan rencana kerja penjualan agar dapat memperoleh pencapaiaan dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

c. *Operation Manager*: Membantu merencanakan, mengkoordinir dan mengelola seluruh kegiatan kantor cabang yang terkait dengan kegiatan operasional dan pelayanan nasabah guna menjamin kepuasan nasabah dan tercapainya target anggaran bank sesuai ketentuan yang berlaku dengan mengacu kepada prinsip-prinsip syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Produk Pembiayaan Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya

a. Pembiayaan Pemilikan Rumah PaS

PPR PaS iB memberikan fasilitas pembiayaan kepada nasabah yang ingin memiliki rumah idaman, apartemen dan ruko/rukan dengan cepat dan mudah. Bisa juga untuk konstruksi dan renovasi rumah serta kebutuhan multiguna.

Manfaat yang didapat, yaitu:

1) Membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan properti yakni rumah, ruko/rukan, baik baru maupun bekas, pembangunan (konstruksi) dan renovasi.
2) Nasabah dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran sesuai kesepakatan bersama.

Fitur:

1) DP Rendah.
2) Proses cepat, 5 hari beres (Sejak dokumen lengkap diterima).
3) Jangka waktu panjang, hingga 20 tahun.
4) Angsuran ringan dan terjangkau.
5) Kepastian angsuran.
6) Menggunakan akad MMQ (*Musyārakah Mutanāqṣhah*)

Persyaratan:

1) Warga Negara Indonesia (WNI).
2) Perorangan (Bukan Badan Usaha).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah dan berusia maksimum 55 tahun (karyawan) atau 65 tahun (pengusaha/Profesional) pada saaat pembiayaan berakhir)

b. Pembiayaan Pemilikan Mobil PaS

Pembiayaan Pemilikan Mobil (PPM) PaS iB memberikan fasilitas pembiayaan bagi nasabah yang ingin memiliki mobil idaman, dengan cepat dan mudah, juga untuk take over KPM. Nikmati keunggulan KPM Pas IB dengan akad MMQ (*Musyārakah Mutanāqṣhah*).

Persyaratan:

1) Warga Negara Indonesia (WNI).
2) Karyawan Tetap/Profesional/Pengusaha.
3) Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah dan berusia maksimum 55 tahun (karyawan) atau 65 tahun (pengusaha/Profesional) pada saat pembiayaan berakhir.
4) Menutup asuransi kendaraan.
5) Wajib membuka rekening tabungan di Bank Panin Syariah.

Biaya:

1) Biaya administrasi sebesar Rp 700.000,- dari pembiayaan.
2) Biaya Asuransi Kendaraan.

c. Pembiayaan Investasi (PI) PaS

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pembiayaan Investasi merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada perorangan, badan usaha maupun badan hukum untuk kebutuhan investasi.

Manfaat yang didapat, yaitu:

1) Membiayai kebutuhan nasabah dalam hal
2) kebutuhan investasi baik untuk investasi
3) pembiayaan jangka menengah maupun investasi
4) pembiayaan jangka panjang.

Fitur:

1) Bersifat *Non-Revolving*.
2) Tingkat imbalan sesuai ketentuan yang berlaku.
3) Jangka waktu pembiayaan 1 - 6 tahun.

Persyaratan:

1) Pemohon adalah perorangan, badan usaha atau badan hukum.
2) Warga Negara Indonesia.
3) Tidak tercatat dalam Daftar Hitam BI dan atau Daftar Kredit Bermasalah Bank Indonesia.
4) Usaha minimal telah berjalan 2 tahun atau jika usaha baru dimulai maka pemilik/pengurus/*key person* sudah mempunyai pengalaman dalam sektor usaha yang ama minimum 2 tahun.

Dokumen yang diperlukan, antara lain:

Perorangan (Pemilik/Pengurus/*Key Person*) :

1) Dokumen identitas lengkap (misal : KTP, KK dll

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) NPWP

Perusahaan :

1) Dokumen pendirian perusahaan lengkap (misal : Akte Pendirian dan semua perubahannya, Berita Negara RI, Pengesahan dari Menteri dan lain-lain).
2) Dokumen izin usaha lengkap (misal : SIUP, TDP, AMDAL dan lain-lain).
3) NPWP.

Dokumen Pendukung :

1) Daftar *buyer* dan *supplier* utama.
2) Rekening Koran minimal 3 bulan terakhir.
3) SPK, PO, DO (*Delivery Order*), dokumen kontrak lainnya.
4) Laporan Keuangan 2 tahun terakhir.
5) *Cash Flow*.
6) Dokumen lainnya. (Sesuai analisa Bank)

d. Pembiayaan Modal Kerja (PMK) PaS

Pembiayaan Modal Kerja merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada perorangan, badan usaha maupun badan hukum untuk kebutuhan modal kerja.

Manfaat yang didapat, yaitu:

1) Membiayai kebutuhan nasabah dalam hal kebutuhan modal kerja baik untuk modal kerja pembiayaan jangka berulang, tetap langsung dan tetap angsuran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Digunakan antara lain untuk pembelian *inventory* baik berupa bahan baku (*raw material*) maupun barang dagangan (*trading goods*).
3) Kebutuhan modal kerja operasional serta untuk aktifiitas produktif lainnya.

Fitur :

1) Bersifat *Non-Revolving* dan *Revolving*.
2) Tingkat bagi hasil sesuai ketentuan yang berlaku.
3) Jangka waktu pembiayaan maksimal 1 tahun dan dapat diperpanjang.

Persyaratan :

1) Pemohon adalah perorangan, badan usaha atau badan hukum.
2) Warga Negara Indonesia.
3) Tidak tercatat dalam Daftar Hitam BI dan atau Daftar Kredit Bermasalah Bank Indonesia.
4) Usaha minimal telah berjalan 2 tahun atau jika usaha baru dimulai maka pemilik/pengurus/*key*
5) person sudah mempunyai pengalaman dalam sektor usaha yang sama minimum 2 tahun.
6) Dokumen yang diperlukan, antara lain:

Perorangan (Pemilik/Pengurus/*Key Person*) :

1) Dokumen identitas lengkap (misal : KTP, KK dan lain-lain).
2) NPWP.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perusahaan :

1) Dokumen pendirian perusahaan lengkap (misal : Akte Pendirian dan semua perubahannya, Berita Negara RI, Pengesahan dari Menteri dan lain-lain).
2) Dokumen izin usaha lengkap (misal : SIUP, TDP, AMDAL dan lain-lain).
3) NPWP.

Dokumen Pendukung :

1) Daftar *buyer* dan *supplier* utama.
2) Rekening Koran minimal 3 bulan terakhir.
3) SPK, PO, DO (*Delivery Order*), dokumen kontrak lainnya.
4) Laporan Keuangan 2 tahun terakhir.
5) *Cash Flow.*
6) Dokumen lainnya.

e. Pembiayaan Multi Jasa (PMJ) PaS

Pembiayaan Multijasa (PMJ) merupakan fasilitas pembiayaan untuk pemenuhan kebutuhan serbaguna yang bersifat jasa/manfaat yang dibutuhkan nasabah.

Manfaat yang didapat, yaitu:

1) Membiayai kebutuhan serbaguna yang bersifat jasa/manfaat
2) Untuk kebutuhan jasa/manfaat jangka waktunya *flexible*

Persyaratan :

1) WNI cakap hukum

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Usia minimal 21 tahun , maksimal 55 tahun (untuk karyawan) dan 60 tahun untuk (pengusaha/profesional) pada saat jatuh tempo pembiayaan.

3) aksimum pembiayaan 90% dari harga/jasa (Besar angsuran tidak melebihi 35% dari penghasilan bulanan bersih).

f. Bank Garansi PaS

Bank Garansi PaS iB merupakan sebuah produk layanan dari Panin Bank Syariah (PBS) dalam penerbitan Bank Garansi yang menjadi mitra proyek Anda dalam transaksi bisnis dalam & luar negeri.

Keuntungan yang diperoleh. yakni:

1) Mengurangi risiko cedera janji bagi penerima
2) Bank Garansi
3) Melancarkan transaksi bisnis baik didalam maupun didalam negeri
4) Diberikan dalam Rupiah
5) Layanan Prima dengan tarif kompetitif
6) Penggunaan *Secure Paper* pada setiap warkat Bank Garansi yang diterbitkan

Penerbitan Bank Garansi dapat dijamin dengan :

1) Setoran jaminan tunai 100% dari nominal Bank Garansi
2) Fasilitas penerbitan dengan setoran jaminan tunai kurang dari 100% setelah bank menganalisa kelayakan permohonan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) *Counter Guarantee* yang diterbitkan bank lain

4) Kombinasi dari pon diatas

Jenis Bank Garansi Panin Bank Syariah yang diterbitkan

1) Jaminan Penawaran/Tender

   Bank Garansi guna mengikuti tender di dalam maupun diluar negeri

2) Jaminan Pembayaran Uang Muka

   Bank Garansi untuk menjamin pelaksanaan pekerjaan setelah diterimanya pembayaran uang muka dari pemilik proyek

3) Jaminan Pelaksanaan Pekerjaan/Proyek

   Bank Garansi untuk menjamin selesainya proyek yang diterima atau untuk kepentingan pembeli guna menjamin pembayaran atas barang yang telah diterima

4) Jaminan Pemeliharaan Pekerjaan/Proyek

   Bank Garansi untuk menjamin pemeliharaan proyek yang telah diselesaikan

5) Jaminan Kepabeanan

   Bank Garansi untuk menjamin penangguhan pembayaran bea masuk kepada bea cukai

6) Bank Garansi Lainnya

Persyaratan :

1) Surat Permohonan Asli

2) *Company Profile* Perusahaan (jika ada)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Rekening koran 3(tiga) bulan terakhir
4) Laporan keuangan 3(tiga) tahun terakhir (Neraca dan Laporan Rugi/laba)dan laporan keuangan *Audited Report* khusus untuk permohonan diatas Rp. 5 Milyar
5) Kontrak kerja/SPK/PO/dll
6) Catatan Nota Pembelian dan Penjualan
7) Dokumen legalitas dan ijin-ijin usaha
8) Fotocopy KTP (perorangan/pengurus perusahaan) dan Kartu Keluarga/KK

B. Tahapan Penetrasi Pasar Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya

Dalam melakukan strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan atau mempertahankan pangsa pasar, tahapan yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah mengetahui kondisi pasar dan pesaing. Dilihat dari kondisi pasar pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR), berbagai bank mulai bersaing dalam hal memberikan bunga atau margin yang ringan dalam beberapa tahun.[54] Biasanya sekitar 3 sampai 4 tahun dengan bunga atau margin yang tetap. Dalam bank konvensional, bank akan memberikan bunga rendah selama 3 sampai 4 tahun yang bersifat tetap (*fix*) yang selanjutnya akan menjadi bunga *floating* (mengambang) dengan mengikuti suku bunga yang berlaku. Sedangkan dalam bank syariah, ada beberapa bank yang menerapkan hal serupa yang mana bank tersebut memberikan margin ringan pada 3 sampai 4

[54] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 19 Februari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tahun yang bersifat tetap (*fix*) yang selanjutnya margin yang dikenakan akan berubah sesuai perjanjian atau akad yang telah disepakati diawal.

Memberikan jangka waktu atau tenor pembiayaan yang fleksibel juga diberikan bank guna membantu nasabah dalam menyesuaikan cicilan PPR sesuai dengan kemampuan yang dimiliki nasabah.[55] Selain penetapan bunga atau margin ringan yang antar bank saling tawarkan, beberapa kemudahan-kemudahan pembiayaan juga diberikan oleh bank, seperti kemudahan dalam biaya notaris, biaya administasi dan pemberian asuransi. Adapun juga bank memberikan keringanan apabila nasabah melunasi pembiayaan sebelum jangka waktu atau jatuh tempo yang ditetapkan dengan memberikan beban bunga ataupun pembiayaan yang kecil.

Selain penawaran-penawaran yang diberikan, bank yang mampu memasuki pasar adalah bank-bank yang mempunyai dana pihak ketiga yang bersumber dari dana murah. Maka untuk meningkatkan dana murah yang dimiliki Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya memberikan berbagai macam produk tabungan yang dapat dipilih oleh masyarakat sesuai jenis tabungan yang diperlukan. Produk tersebut diantaranya tabungan simpel, tabungan pas, tabungan fleksibel, tabungan bisnis, tabungan haji, tabungan umroh, dan yang terbaru yaitu tabungan rencana.

Dari segi pesaing, bagi Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya bersaing dengan bank konvensional dirasa masih sangat sulit.[56] Selain faktor masyarakat telah lebih dulu mengenal bank konvensional dan minat

[55] Ibid.
[56] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasabah yang cenderung memilih untuk di bank konvensional. Bank konvensional juga unggul dalam memiliki modal yang didapat dari dana murah. Ini dapat dilihat dari banyaknya produk tabungan yang ditawarkan bahkan ditunjang dengan produk tabungan yang berhadiah. Hal inilah yang membuat bank konvensional dapat bersaing di dalam pasar, dengan dana murah yang dimiliki dapat memberikan kemudahan dalam penetapan harga yang ringan dan mampu menarik minat masyarakat dengan bunga ringan yang diberikan. Sementara untuk bersaing dengan sesama bank syariah dirasa masih sebanding atau setara. Ini dikarenakan bank-bank syariah mempunyai kendala yang sama yaitu kesulitan dalam mendapatkan dana.

Tahapan selanjutnya yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah dengan melakukan beberapa pendekatan dalam menerapkan strategi penentrasi pasar[57], diantaranya yaitu:

1. Menggunakan kombinasi dari strategi harga yang kompetitif dan promosi penjualan. Strategi harga yang dilakukan yaitu dengan memberikan uang muka ringan mulai dari 10%, imbal hasil setara dengan 7,49% selama 3 tahun fix, proses yang cepat yaitu 5 hari selesai sejak dokumen lengkap diterima, jangka waktu yang fleksibel sampai 20 tahun, angsuran ringan dan terjangkau, serta kepastian angsuran.[58] Untuk akad yang digunakan adalah akad *Musyārakah Mutanāqṣhah* (MMQ). Untuk promosi penjualan (*sales promotion*) dilakukan dengan mengikuti *event marketing* yang setiap tahunnya diselenggarakan oleh Bank Indonesia (BI) yaitu ISEF dan oleh

[57] Ibid.
[58] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

OJK. Selain itu, mengikuti *event* properti dengan melakukan *open table* bersama dengan pihak *developer*.

2. Untuk usia minimal jika melakukan PPR di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah 21 tahun atau sudah menikah dan berusia maksimum 55 tahun untuk karyawan atau 65 tahun untuk pengusaha/profesional pada saat pembiayaan terakhir.[59] Dengan dokumen-dokumen yang harus dilengkapi antara lain seperti pada tabel berikut.

Tabel 3.1
Dokumen Persyaratan

Dokumen	Karyawan	Pengusaha	Profesional
Fotokopi KTP/Paspor Suami-Isteri	v	v	v
Fotokopi Kartu Keluarga	v	v	v
Fotokopi Akta* Nikah/Cerai/Pisah Harta (jika pisah harta) *Bila tidak ada diganti akta lahir anak terkecil	v	v	v
Fotokopi Surat WNI dan Ganti Nama (jika ada) atau Akta Lahir Suami/Istri (Untuk WNI Non Pribumi)	v	v	v
Slip gaji terakhir (asli)/surat keterangan kerja (asli)	v		
Fotokopi NPWP Pribadi* *Untu kartawan dapat diganti dengan SPT PPh 21	v	v	v
Fotokopi SIUP, Tanda Daftar Perusahaan (TDP), surat keterangan domisili atau akta pendirian perusahaan, laporaan keuangan terakhir.		v	
Fotokopi surat ijin praktik/SK pengangkatan dari instansi terkait			v
Fotokopi tabungan/rekening koran 3 bulan terakhir	v	v	v

[59] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 11 April 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Melakukan usaha promosi yang didukung dengan strategi harga yang dirancang untuk dapat bersaing dan menarik minat masyarakat. Selain melakukan promsi penjualan, Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya melakukan berbagai upaya promosi lainnya, yaitu:

a. Bekerjasama dengan developer

Dalam hal ini setiap adanya pembelian rumah, *developer* akan memberikan penawaran kepada masyarakat untuk melakukan pembiayaan melalui Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya yang sekaligus memberitahukan fitur-fitur atau kemudahan apa saja yang akan didapatkan. Terdapat berbagai *developer* yang telah bekerja sama dengan Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya[60], yaitu:

1) *Developer platinum*, yakni Ciputra dan Ciparanu.
2) *Developer Gold*, yakni Kalidana, Delta Sari dan Palem Pertiwi.
3) *Developer Silver*, yakni Kerindo, Sarirogo dan Dwipajaya.

Adapun kriteria dalam penggolongan *developer* berdasarkan seberapa lama telah menjadi *developer* dan berapa unit rumah yang sudah dibangun. Untuk kriteria *developer silver* biasanya merupakan *developer* yang tidak terlalu besar.

b. Melakukan *personal selling* (penjualan pribadi)

Melakukan *personal selling* (penjualan pribadi) yang mana *account officer* Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya

[60] Griffin Natasya, Account Officer PPR Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Wawancara, Surabaya, 21 Maret 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukaan pemasaran PPR menggunakan penjualan pribadi, seperti mencari data-data calon nasabah melalui kenalan teman ataupun saudara untuk melakukan kunjungan kepada calon nasabah yang ingin melakukan pembiayaan dan memberikan pemaparan mengenai produk kepada calon nasabah.[61] Adapun pendekatan lain yang dilakukan, seperti saat marketing mengunjungi nasabah untuk melakukan analisa pembiayaan, sekaligus memberikan informasi kepada nasabah bahwa bank mereka juga mempunyai produk PPR yang bisa digunakan dengan memberitahukan keunggulan pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Dalam *personal selling* yang ditawarkan lebih kepada melakukan renovasi rumah.

c. Menggunakan media elektronik dan media cetak

Untuk media elektronik yang digunakan dalam memasarkan produk pembiayaan pemilikan rumah dapat diakses melalui website resmi Bank Panin Dubai Syariah yang dapat diakses di www.paninbanksyariah.co.id, jika ingin mengetahui lebih banyak mengenai keunggulan serta persyaratan yang diperlukan jika melakukan pembiayaan pemilikan rumah atau untuk informasi lebih lanjut datap menghubungi PDS CALL di 021 6313700.[62] Sedangkan untuk media cetak yang di gunakan bank Panin Dubai syariah KCU HR Muhammad Surabaya dalam memasarkan produk PPR yairu dengan brosur dan *standing banner.*

---

[61] Ibid.
[62] Griffin Natasya, Account Officer PPR Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Wawancara, Surabaya, 16 Maret 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk strategi harga, Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya memasuki pasar dengan menawarkan uang muka mulai dari 10% yang syarat dan ketentuannya berlaku sesuai dengan kebijakan Bank Indonesia (BI).[63] Ketentuan tersebut berlaku untuk PPR berupa rumah tinggal/apartemen/rumah susun yang memiliki luas di atas $70m^2$.[64] Penyertaan (*sharing*) BUS (Badan Usaha Syariah) atau UUS (Unit Usaha Syariah) dalam rangka pembiayaan pemilikan rumah diperlakukan terhadap PPR dengan menggunakan skema *Musyārakah Mutanāqṣhah* (MMQ) ditetapkan paling tinggi sebesar 80%. Berikut tabel parameter kredit atau pembiayaan konsumsi beragunan properti menggunakan akad *Musyārakah Mutanāqṣhah* (MMQ).

Tabel 3.2
Parameter Pembiayaan Konsumsi Beragunan Properti Menggunakan Akad MMQ

Pembiayaan & Tipe Agunan	Fasilitas Pembiayaan I	Fasilitas Pembiayaan II	Fasilitas Pembiayaan III
PPR Tipe › 70	90%	70%	50%
PPR Tipe 22-70	90%	80%	70%
PPR Tipe s.d. 21	-	80%	70%
PPRuko/PPRukan	-	80%	70%

[63] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 16 Maret 2018.

[64] Otoritas Jasa Keuangan, "Booklet Perbankan Indonesia 2017", dalam http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistika/booklet-perbankan-indonesia, diakses pada 26 Maret 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam PPR PaS yang dimiliki Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, mempunyai 2 jenis angsuran[65], yaitu:

a) PPR Reguler

PPR Reguler merupakan angsuran yang ditawarkan bank kepada nasabah dengan jangka waktu pilihan 1 sampai 20 tahun pembayaran[66], margin yang di tetapkan 11% yang angsurannya akan tetap sampai 20 tahun. PPR reguler ini dapat menjadi pilihan untuk nasabah yang tidak memakai program promo *fix* 3 tahun.

b) PPR *Fix* 3 Tahun

PPR *fix* 3 tahun merupakan angsuran yang ditawarkan bank kepada nasabah dengan memberikan margin yang rendah pada jangka waktu 3 tahun yang bersifat tetap, yang kemudian margin akan disesuaikan dengan kesepakatan yang telah dilakukan diawal.

Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya mempunyai 3 pilihan dalam menggunakan program *fix* 3 tahun[67], diantaranya:

1) Imbal hasil setara dengan 7,49% *fix* 3 tahun

Untuk program 7,49% *fix* 3 tahun dikhususkan untuk *developer platinum* dan *take over* yang merupakan pengambilalihan pembiayaan PPR bank lain, dengan maksimum limit pembiayaan

[65] Ibid.
[66] Ibid.
[67] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebesar *outstanding* (sisa pinjaman) terakhir di bank asal. Berikut tabel angsuran *take over/developer platinum*.

Tabel 3.3
Angsuran *Take Over/Developer Platinum*

No	Pokok Pembiayaan	Jangka Waktu (Bulan)			
		12	24	36	48
1	500.000.000	43.376.400	22.497.522,8	15.550.812,8	12.087.117,7
2	1.000.000.000	86.752.800,1	44.995.045,7	31.101.625,7	24.174.235,4
3	1.500.000.000	130.129.200,2	67.492.568,5	46.652.438,5	36.261.353,1
4	2.000.000.000	173.505.600,2	89.990.091,3	62.203.251,4	48.348.470,9
5	2.500.000.000	216.882.000,3	112.487.614,2	77.754.064,2	60.435.588,6

2) Imbal hasil setara 7,99% *fix* 3 tahun

Untuk program 7,99% *fix* 3 tahun di khususkan untuk *developer gold* dan *primary* yang merupakan pembelian rumah baru di *developer* yang telah bekerjasama dengan bank atau melalui jasa *broker*. Berikut tabel angsuran *primary/developer gold/broker*.

Tabel 3.4
Angsuran *Primary/Developer Gold/Broker*

No	Pokok Pembiayaan	Jangka Waktu (Bulan)			
		12	24	36	48
1	100.000.000	8.698.381	4.522.273,1	3.133.175,2	2.440.822,9
2	150.000.000	13.047.570,8	6.783.409,6	4.699.762,9	3.661.234,3
3	200.000.000	17.396.761,1	9.044.546,2	6.266.350,5	4.881.645,7
4	250.000.000	21.745.951,4	11.305.682,7	7.832.938,1	6.102.057,1
5	300.000.000	26.095.141,6	13.566.819,2	9.399.525,7	7.322.468,6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Imbal hasil setara 8,49% *fix* 3 tahun

Untuk program 8,49% *fix* 3 tahun di khususkan untuk *developer silver* dan *secondary* yang merupakan pembelian rumah baru atau lama di developer yang belum bekerjasama dengan bank yang pembeliaannya bisa secara perorangan. Berikut tabel angsuran *secondary/developer silver.*

Tabel 3.5
Angsuran *Secondary/Developer Silver*

No	Pokok Pembiayaan	Jangka Waktu (Bulan)			
		12	24	36	48
1	100.000.000	8.721.515	4.545.110,1	3.156.290,4	2.464.358,2
2	150.000.000	13.082.272,8	6.817.665,1	4.734.435,6	3.696.537,4
3	200.000.000	17.443.030,4	9.090.220,1	6.312.580,8	4.928.716,5
4	250.000.000	21.803.788,0	11.362.775,1	7.890.726,0	6.160.895,6
5	300.000.000	26.164.545,6	13.635.330,2	9.468.871,2	7.393.074,7

Selain itu, bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya juga memberikan fasilitas PPR inden yang merupakan sebuah program PPR yang dapat digunakan oleh nasabah untuk memiliki rumah yang belum sepenuhnya selesai, serta PPR *refinancing* yang mana bank memberikan fasilitas pembiayaan yang jaminannya tidak menggunakan rumah yang dibangun sebagai jaminannya.[68] Untuk itu PPR *refinancing* oleh bank diberikan *full* pembayaran diawal, sedangkan PPR inden bank memberikan termin pembiayaan yang mana bank akan memberikan dana

[68] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesuai presentasi rumah itu telah dibangun. Perbedaan PPR inden dan *refinancing* terletak pada jaminan.

Untuk biaya administasi dikenakan 1% dari biaya plafon. Nasabah dalam pembayaran uang muka diberikan kepada developer yang selanjutnya untuk angsuran langsung dibayarkan melalui bank. Untuk nasabah yang bertempat tinggal di luar Surabaya seperti Mojokerto dalam pembayarannya bisa melalui tranfer dengan persyaratan harus membuka rekening atas namanya sendiri yang kemudian angsuran tersebut akan di debet dari rekening nasabah.[69]

Kelebihan lainnya yang diberikan oleh pihak Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya kepada nasabah[70], yaitu tidak adanya penalti meskipun nasabah melakukan keterlambatan pembayaran selama nasabah masih tetap membayar kewajibannya dan memberikan kepastian angsuran kepada nasabah yang telah ditetapkan dan disepakati di awal. Jadi nasabah sudah mengetahui untuk tahun kedepannya berapa jumlah angsuran yang akan dibayarkan nantinya ke bank.

4. Membujuk pelanggan yang sudah ada untuk menggunakan produk atau jasa yang lainnya. Dalam hal ini seperti dalam *personal selling* saat marketing mengunjungi nasabah untuk melakukan analisa pembiayaan, sekaligus memberikan informasi kepada nasabah bahwa bank mereka juga mempunyai produk PPR yang bisa digunakan dengan memberitahukan

[69] Ibid.
[70] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keunggulan pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.[71]

Selain itu, untuk menggaet nasabah yang ada dari produk pendanaan, upaya yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah dengan mengadakan *gathering* yang dihadiri oleh nasabah potensial. Rencana untuk kedepannya dalam upayanya mengembangkan produk PPR yaitu dengan melakukan *member get member*. Jadi dalam hal ini Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya memberikan *intensif* kepada nasabah berupa potongan atas pembiayaan yang dimiliki, apabila nasabah mampu mendapatkan atau mengajak nasabah baru lainnya untuk menggunakan pembiayaan pemilikan rumah yang dimiliki oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

Ini nantinya akan membantu Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dalam hal pemasaran dikarenakan tenaga kerja yang dimiliki khususnya di PPR masih sedikit. Dengan diterapkannya hal tersebut, juga dapat menarik minat dari pihak nasabah Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya yang sedang maupun tidak melakukan pembiayaan pemilikan rumah untuk membantu memasarkan produk PPR yang dimiliki bank karena mendapatkan manfaat atau keuntungan yang sekaligus dari pihak bank juga terbantu dalam mendapatkan nasabah baru.

Strategi penentrasi pasar yang dilakukan Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya lebih mengarah pada strategi *slow*

[71] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penentration. Ini dikarenakan menjaga agar biaya promosinya tetap rendah yaitu dengan tidak menggunakan iklan dalam usahanya memasarkan produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR). Ini dikarenakan untuk mengurangi pembiayaan yang dikeluarkan. Karena pembiayaan seperti memasang iklan di televisi, radio, surat kabar , *billboard* ataupun pemasangan baliho yang dilakukan dijalan akan mengeluarkan biaya dalam jumlah besar yang nantinya akan berdampak pada penetapan harga Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR).

C. Strategi Penetrasi Pasar dalam Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya

Strategi penetrasi pasar yang digunakan oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dalam upayanya mendapatkan nasabah pada pembiayaan pemilikan rumah yaitu dengan rangkaian upaya diantaranya adalah melakukan kerjasama dengan *developer*, *personal selling* (penjualan pribadi), menggunakan media elektronik dan media cetak, dan mengadakan *gathering* yang dihadiri oleh nasabah potensial.

Dari beberapa upaya yang dilakukan dalam strategi penetrasi pasar yang telah dilakukan, berikut data mengenai peningkatan jumlah nasabah Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) yang terjadi pada tahun 2016-2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.6
Jumlah Nasabah PPR 2016-2017

Pembiayaan Pemilikan Rumah	Jumlah Nasabah
Tahun 2016	10
Tahun 2017	16

Dari tabel tersebut, pada tahun 2016 dari total 10 nasabah menggunakan pembiayaan pemilikan rumah reguler. Program *fix* 3 tahun mulai diberlakukan pada tahun 2017, dari total 16 nasabah sebanyak 4 nasabah menggunakan program pembiayaan *fix* 3 tahun, sedangkan sisanya yang berjumlah 12 nasabah menggunakan pembiayaan reguler.[72]

Dari berbagai upaya strategi penetrasi pasar yang dilakukan untuk mendapatkan nasabah pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya yang merupakan nasabah baru didapatkan melalui kerjasama dengan *developer.*[73] Salah satu upayanya untuk mendapatkan nasabah yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dengan cara mendekati *developer*. Ini dikarenakan jika hanya menggunakan tenaga pemasar yang dimiliki oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya akan sulit, untuk itu cara yang efektif adalah dengan bekerjasama dengan pihak *developer*. Nantinya setiap adanya *user* (pengguna) oleh *developer* akan diarahkan untuk melakukan pembiayaan dengan

[72] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 07 Maret 2018.
[73] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 23 Mei 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan pembiayaan pemilikan rumah yang dimiliki oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Dalam bekerjasama dengan pihak developer dari pihak bank akan terbantu terutama untuk memasarkan dan mempromosikan karena masih minimnya tenaga pemasar khusus Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Selain itu, keuntungan bekerjasa dengan pihak *developer* dikarenakan mereka cenderung lebih mudah untuk berinteraksi dengan *user* (pengguna).

D. Peningkatkan Pembiayaan Ritel Pada Pembiayaan Pemilikan Rumah Di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya

Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya kini berupaya dalam meningkatkan pembiayaan dalam segmen ritel dari mayoritas pembiayaan yang berada di segmen komersil. Pembiayaan ritel yang berada di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya memberikan batasan pembiayaan dimulai dari 100 juta sampai dengan 10 miliar.[74] Usaha yang dilakukan untuk meningkatkan pembiayaan ritel adalah dengan gencar menawarkan serta menjual produk ritel yang salah satunya melalui Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR).

Tujuan dari dilakukannya strategi penetrasi pasar oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah untuk meningkatkan pembiayaan ritel pada pembiayaan pemilikan rumah. Pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya telah diluncurkan pada tahun 2016, akan tetapi produk tersebut dirasa belum mampu menarik minat

[74] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasabah untuk melakukan pembiayaan.[75] Ini dikarenakan persaingan yang terjadi antar bank yang juga mempunyai produk serupa. Untuk itu, pada tahun 2017 dilakukannya strategi penetrasi pasar untuk meningkatkan jumlah pembiayaan pemilikan rumah yang nantinya akan berkontribusi dalam meningkatkan pembiayaan ritel di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

Dari strategi penetrasi pasar yang telah dilakukan, berikut data mengenai total pembiayaan PPR yang terjadi pada tahun 2016-2017.

Tabel 3.7
Total Pembiayaan PPR 2016-2017

Pembiayaan Pemilikan Rumah	Jumlah Nasabah	Total Pembiayaan
Tahun 2016	10	Rp. 6.786.110.000
Tahun 2017	16	Rp. 6.727.650.000

Pada tahun 2016, dari total 10 nasabah menggunakan pembiayaan pemilikan rumah reguler.[76] Program *fix* 3 tahun mulai diberlakukan pada tahun 2017, dari total 16 nasabah sebanyak 4 nasabah menggunakan program pembiayaan *fix* 3 tahun, sedangkan sisanya yang berjumlah 12 nasabah menggunakan pembiayaan reguler. Jadi dari total pembiayaan yang dilakukan pada tahun 2017 sebesar Rp. 6.727.650.000 diantara dari pembiayaan menggunakan program *fix* 3 tahun sebesar Rp. 1.657.350.000 dan dari pembiayaan reguler sebesar Rp. 5.070.300.000. Pembiayaan yang dikeluarkan di tahun 2016 lebih besar daripada

[75] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 20 September 2017.
[76] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di tahun 2017 dikarenakan dari masing-masing nasabah membeli rumah dengan tipe dan harga yang berbeda. Dari total pembiayaan PPR yang berada pada tahun 2016 sampai dengan 2017, berikut tabel mengenai total pembiayaan ritel pada tahun 2016-2017.

Tabel 3.8
Total Pembiayaan Ritel 2016-2017

Tahun	Total Pembiayaan Ritel	Jumlah Pembiayaan	Produk
2016	Rp. 7.540.893.480	Rp. 6.786.110.00	Pembiayaan Pemilikan Rumah
		Rp. 754.783.480	Multiguna
2017	Rp. 11.079.979.703	Rp. 6.727.650.000	Pembiayaan Pemilikan Rumah
		Rp. 4.352.329.703	Modal Kerja Usaha Kecil

Dari data tersebut, pada tahun 2016[77] dari total pembiayaan ritel sebesar Rp. 7.540.893.480 diantaranya pembiayaan pemiikan rumah menyumbang sebesar Rp. 6.786.110.00 dengan jumlah nasabah sebesar 16 nasabah dan multiguna menyumbang sebesar Rp. 754.783.480 dengan jumlah nasabah sebesar 1 nasabah, sedangkan pada tahun 2017 dari total pembiayaan ritel sebesar Rp. 11.079.979.703 diantaranya pembiayaan pemilikan rumah menyumbang sebesar Rp. 6.727.650.000 dengan 16 nasabah dan pembiayaan modal kerja usaha kecil menyumbang sebesar Rp. 4.352.329.703 dengan jumlah nasabah sebesar 4 nasabah.

Pembiayaan pemilikan rumah lebih unggul dari segi pembiayaan yang dikeluarkan dikarenakan pihak Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya

[77] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 26 Juni 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bekerjasama dengan beberapa *developer* yang membantu dalam upayanya untuk mempromosikan serta memasarkan produk pembiayaan pemilikan rumah, sedangkan untuk produk multiguna dan pembiayaan modal kerja usaha kecil tidak melakukan kerjasama jadi tenaga pemasar Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya yang turun langsung untuk mempromosikan dan menawarkan produk tersebut, padahal kendala yang dihadapi oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya masih memerlukan tenaga pemasar dikarenakan jumlahnya yang masih minim.[78]

Dalam hal ini Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dalam upayanya meningkatkan pembiayaan ritel adalah salah satunya melalui Pembiayaan Pemilikan Rumah. Berikut tabel presentasi Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dari total pembiayaan ritel.

Tabel 3.9
Presentasi PPR dari Total Pembiayaan Ritel

Tahun	Total Pembiayaan Ritel	PPR	%
2016	Rp. 7.540.893.480	Rp. 6.786.110.000	89,99%
2017	Rp. 11.079.979.703	Rp. 6.727.650.000	60,72%

Dari total pembiayaan ritel, pada pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya pada tahun 2016 dari total pembiayaan yang terjadi sebesar Rp.7.540.893.480 diantaranya pembiayaan

[78] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 28 Juni 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemilikan rumah menyumbang sebesar 89,99%, sedangkan pada tahun 2017 pembiayaan pemilikan rumah menyumbang sebesar 60,72%.[79] Pembiayaan yang dikeluarkan di tahun 2016 lebih besar daripada di tahun 2017 dikarenakan dari masing-masing nasabah membeli rumah dengan tipe dan harga yang berbeda. Selain itu, kondisi ekonomi untuk bisnis properti terutama pada perumahan terjadi penurunan.[80]

Ini dilihat dari setiap diadakannya kunjungan dari pihak Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya ke *developer*, dari pihak *developer* sendiri mengatakan belum adanya calon pembeli dan masih sepi. Bahkan sekarang *developer* hanya akan membangun sebuah unit rumah jika ada pesanan atau ketika PPR sudah cair. Ini dilakukan *developer* agar mencegah kerusakan pada unit yang dibangun jika permintaan akan rumah masih sulit terjual. Untuk itu, *developer* hanya akan menyediakan tanah/kavling yang kemudian akan di bangun sebuah unit jika sudah mendapatkan pemesan dan atau ketika Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) telah cair.

[79] Ibid.
[80] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS STRATEGI PENETRASI PASAR DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN RITEL PADA PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH DI BANK PANIN DUBAI SYARIAH KCU HR MUHAMMAD SURABAYA

A. Analisis Strategi Penetrasi Pasar Pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya

Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya mulai memperluas pembiayaan pada segmen ritel. Salah satu usahanya adalah dengan meluncurkan Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) yang nantinya diharapkan dapat membantu dalam upaya meningkatkan pembiayaan ritel.[81] Produk PPR telah diluncurkan pada tahun 2016, akan tetapi bagi pihak Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dirasa belum mampu menarik minat masyarakat untuk itu digunakanlah strategi penetrasi pasar. Strategi ini melibatkan penjualan produk atau layanan saat ini ke pasar yang ada untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih tinggi.[82] Ini dapat melibatkan membujuk pelanggan saat ini untuk membeli atau menggunakan produk lebih banyak dan pelanggn baru untuk mulai membeli atau bahkan mengubah pelanggan dari pesaing mereka.

Ada beberapa tahapan yang harus dilakukan sebelum membujuk pelanggan saat ini untuk membeli atau menggunakan produk lebih banyak dan pelanggn

[81] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 20 September 2017.
[82] Richardson dan Evan, "Strategies for Diversification", (United States: Harvard Business Publishing, 1922)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baru untuk mulai membeli. Kunci dalam strategi penetrasi pasar yang berhasil adalah memiliki pengetahuan yang rinci mengenai pasar dan pesaing.[83] Dengan mengetahui kondisi pasar dan pesaing, ini akan membantu bank dalam menentukan penawaran seperti apa nantinya yang akan diberikan masyarakat. Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya telah melakukan analisis pasar dan pesaing[84] yang mana dilihat dari kondisi pasar PPR berbagai bank bersaing dalam hal, diantaranya yaitu memberikan program promo bunga atau margin ringan sekitar 3 sampai 4 tahun yang sifatnya tetap, memberikan jangka waktu atau tenor pembiayaan yang fleksibel antara 15 sampai 20 tahun, memberikan kemudahan-kemudahan pembiayaan, seperti pembeiayan notaris, biaya administrasi dan pemberian asuransi serta memberikan keringanan atau potongan apabila nasabah melunasi pembiayaan sebelum jangka waktu yang ditetapkan.

Bagi Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya bersaing dengan bank konvensional dirasa masih sulit.[85] Ini dikarenakan bank konvensional sudah lebih dulu dikenal oleh masyarakat. Selain itu, adalah hal permodalan bank konvensional dirasa masih lebih unggul dimana dana pihak ketiga yang dimiliki lebih dominan bersumber dari dana pihak ketiga. Ini yang menyebabkan bank konvensional mampu memberikan penerapan harga yang kompetitif seperti memberikan bunga ringan.

---

[83] Jenny Korhonen, "Exploration and Analysis of Market Growth Opportunities in The Tractor Municipality Segmen in Germant" (Thesis-Lapland University of Applied Sciences, 2014).
[84] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 19 Februari 2018.
[85] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tahapan selanjutnya yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dalam melakukan beberapa pendekatan dalam menerapkan strategi penentrasi pasar, telah sesuai dengan pendekatan dalam menerapkan strategi penetrasi pasar menurut Igor Ansoff[86] yang dikutip dari Jenny Korhonen, terdapat empat pendekatan yang bisa dilakukan ketika menerapkan strategi penetrasi pasar, yaitu:

1. Mempertahankan atau Meningkatkan Pangsa Pasar

   Hal ini dilakukan dengan menggunakan kombinasi dari strategi harga yang kompetitif, iklan dan promosi penjualan. Strategi harga yang dilakukan yaitu dengan memberikan uang muka ringan mulai dari 10%,[87] imbal hsil setara dengan 7,49% selama 3 tahun fix, proses yang cepat yaitu 5 hari selesai sejak dokumen lengkap diterima, jangka waktu yang fleksibel sampai 20 tahun, angsuran ringan dan terjangkau, serta kepastian angsuran. Untuk akad yang digunakan adalah akad Musyārakah Mutanāqṣhah (MMQ).

   Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad tidak menggunakan iklan dalam usahanya memasarkan PPR. Ini dikarenakan untuk mengurangi pembiayaan yang dikeluarkan.[88] Untuk promosi penjualan (sales promotion) dilakukan dengan mengikuti event marketing yang setiap tahunnya yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia (BI) yaitu ISEF dan oleh OJK. Selain

[86] Jenny Korhonen, "Exploration and Analysis of Market Growth Opportunities in The Tractor Municipality Segmen in Germant" (Thesis-Lapland University of Applied Sciences, 2014).
[87] Ibid.
[88] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu, mengikuti *event* properti dengan melakukan *open table* bersama dengan pihak *developer*.

2. Mengamankan Dominasi Pasar Pertumbuhan

Pendekatan yang dilakukan adalah dengan mengidentifikasi demografis baru untuk produk, misalnya dalam kelompok usia lain. Untuk usia minimal jika melakukan PPR di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah 21 tahun atau sudah menikah dan berusia maksimum 55 tahun untuk karyawan atau 65 tahun untuk pengusaha/profesional pada saat pembiayaan terakhir.[89]

3. Restrukturisasi Pasar yang Matang

Dalam melakukan strategi ini memerlukan usaha promosi yang agresif dan didukung oleh strategi harga yang dirancang untuk dapat bersaing dan menarik minat masyarakat. Selain melakukan promosi penjualan, Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya melakukan berbagai upaya promosi lainnya[90], yaitu bekerjasama dengan developer, melakukan personal selling (penjualan pribadi), serta menggunakan media elektronik dan media cetak.

[89] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 11 April 2018.
[90] Griffin Natasya, Account Officer PPR Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Wawancara, Surabaya, 21 Maret 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk strategi harga, Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya memasuki pasar dengan menawarkan[91], diantaranya yaitu uang muka mulai dari 10% yang syarat dan ketentuannya berlaku sesuai dengan kebijakan Bank Indonesia (BI), mempunyai 2 jenis angsuran yaitu PPR reguler dan PPR fix 3 tahun. Selain itu, bank juga memberikan fasilitas PPR inden dan refinancing, biaya administasi dikenakan 1% dari biaya plafon serta kelebihan lainnya yang diberikan oleh pihak Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya kepada nasabah, yaitu tidak adanya penalti meskipun nasabah melakukan keterlambatan pembayaran selama nasabah masih tetap membayar kewajibannya dan memberikan kepastian angsuran kepada nasabah yang telah ditetapkan dan disepakati di awal.

4. Peningkatan Penggunaan oleh Pelanggan yang Sudah Ada

Pendekatan lain untuk penetrasi pasar adalah untuk membujuk pelanggan yang ada untuk menggunakan produk atau jasa lebih sering. Ada beberapa taktik yang dapat digunakan untuk melakukan hal ini, termasuk skema loyalitas, menambah nilai pada produk saat ini, atau membuat perubahan yang mendorong pengguna lebih besar. Dalam hal ini seperti dalam *personal selling* saat *marketing* mengunjungi nasabah untuk melakukan analisa pembiayaan, sekaligus memberikan informasi kepada nasabah bahwa bank mereka juga mempunyai produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) yang bisa digunakan dengan memberitahukan keunggulan

[91] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Selain itu, untuk menggaet nasabah yang telah ada dari produk pendanaan, upaya yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah dengan mengadakan gathering yang dihadiri oleh nasabah potensial.

Terdapat berbagai macam strategi penetrasi pasar[92] yang dapat digunakan terkait dalam usaha untuk meningkatkan penguasaan pasar oleh perusahaan dan sekaligus meningkatkan penjual. Macam-macam strategi penetrasi pasar, yaitu strategi rapid skimming, strategi slow skimming, strategi rapid penetration dan strategi slow penetration. strategi penentrasi pasar yang dilakukan Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya lebih mengarah pada strategi *slow penentration*. Strategi *slow penetration* dijalankan dengan menetapkan harga jual yang rendah dan kegiatan promosi yang juga rendah. Harga yang rendah dimaksudkan agar perusaahaan dapat merangsang pasar untuk menyerap produk dengan cepat, sedangkan di lain pihak perusahaan dapat menjaga agar biaya promosinya tetap rendah , sehingga laba bersih yang dapat diperoleh cukup besar.

Dalam hal harga, Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya memberikan promo dengan margin ringan selama 3 tahun yang bersifat *fix* yaitu 7,49% dengan uang muka ringan mulai dari 10% serta jangka waktu yang fleksibel sampai 20 tahun.[93] Sedangkan di lain pihak Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dapat menjaga agar biaya promosinya tetap

[92] Prof. Dr. Sofjan Assauri, M.B.A, "Manajemen Pemasaran" (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 194.
[93] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rendah yaitu dengan tidak menggunakan iklan dalam usahanya memasarkan produk PPR. Ini dikarenakan untuk mengurangi pembiayaan yang dikeluarkan. Karena pembiayaan seperti memasang iklan di televisi, radio, surat kabar , *billboard* ataupun pemasangan baliho yang dilakukan dijalan akan mengeluarkan biaya dalam jumlah besar yang nantinya akan berdampak pada penetapan harga PPR.

Strategi penetrasi pasar dapat melibatkan membujuk pelanggan saat ini untuk membeli atau menggunakan produk lebih banyak dan pelanggn baru untuk mulai membeli atau bahkan mengubah pelanggan dari pesaing mereka.[94] Ini dapat diimplementasikan menggunakan metode seperti harga yang kompetitif, peningkatan komunikasi pemasaran atau menggunakan sistem hadiah seperti poin loyalitas atau diskon. Setelah dilakukannya berbagai tahapan dalam penendekatan strategi penetrasi pasar. Dari beberapa upaya yang telah dilakukan berikut data mengenai peningkatan jumlah nasabah yang terjadi pada tahun 2016-2017.

Tabel 3.6
Jumlah Nasabah PPR 2016-2017

Pembiayaan Pemilikan Rumah	**Jumlah Nasabah**
Tahun 2016	10
Tahun 2017	16

Dari beberbagai upaya strategi penetrasi pasar yang dilakukan untuk mendapatkan nasabah pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai

[94] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syariah KCU HR Muhammad Surabaya yang merupakan nasabah baru didapatkan melalui kerjasama dengan *developer*.[95] Salah satu upayanya untuk mendapatkan nasabah yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dengan cara mendekati *developer*. Ini dikarenakan jika hanya menggunakan tenaga pemasar yang dimiliki oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya akan sulit, untuk itu cara yang efektif adalah dengan bekerjasama dengan pihak *developer*. Nantinya setiap adanya *user* oleh *developer* akan diarahkan untuk melakukan pembiayaan dengan menggunakan pembiayaan pemilikan rumah yang dimiliki oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Dalam bekerjasama dengan pihak developer dari pihak bank akan terbantu terutama untuk memasarkan dan mempromosikan karena masih minimnya tenaga pemasar khusus Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Dari jumlah nasabah yang dimiliki terjadinya peningkatan, walaupun tidak mengalami kenaikan secara signifikan.

B. Analisis Peningkatkan Pembiayaan Ritel Pada Pembiayaan Pemilikan Rumah Di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya

Strategi penetrasi pasar dapat dilakukan jika penjualan menurun dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, maka juga dapat menerapkan strategi penetrasi pasar untuk mencari peluang untuk meningkatkan penjualan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan pangsa pasar yang lebih tinggi, ide utamanya

[95] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 23 Mei 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah bahwa bisnis harus meningkatkan volume penjualan ke pelanggan yang ada dengan mendorong penggunaan yang lebih sering atau lebih besar. [96]

Tujuan dari dilakukannya strategi penetrasi pasar oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah untuk meningkatkan pembiayaan ritel pada pembiayaan pemilikan rumah. Pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya telah diluncurkan pada tahun 2016, akan tetapi produk tersebut dirasa belum mampu menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan.[97] Ini dikarenakan persaingan yang terjadi antar bank yang juga mempunyai produk serupa. Untuk itu, pada tahun 2017 dilakukannya strategi penetrasi pasar untuk meningkatkan jumlah pembiayaan pemilikan rumah yang nantinya akan berkontribusi dalam meningkatkan pembiayaan ritel di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.

Pada tahun 2016, dari total 10 nasabah menggunakan pembiayaan pemilikan rumah reguler. Program *fix* 3 tahun mulai diberlakukan pada tahun 2017, dari total 16 nasabah sebanyak 4 nasabah menggunakan program pembiayaan *fix* 3 tahun, sedangkan sisanya yang berjumlah 12 nasabah menggunakan pembiayaan reguler.[98] Jadi dari total pembiayaan yang dilakukan pada tahun 2017 sebesar Rp. 6.727.650.000 diantara dari pembiayaan menggunakan program *fix* 3 tahun sebesar Rp. 1.657.350.000 dan dari pembiayaan reguler sebesar Rp. 5.070.300.000. Pembiayaan yang dikeluarkan di tahun 2016 lebih besar daripada di tahun 2017 dikarenakan dari masing-masing nasabah membeli rumah dengan

[96]Kwortnik, "Internasional Encyclopedia of Hospitality Management", (London: Routledge, 2010)
[97] Ibid.
[98] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tipe dan harga yang berbeda. Dari total pembiayaan PPR yang berada pada tahun 2016 sampai dengan 2017, berikut tabel mengenai total pembiayaan ritel pada tahun 2016-2017.

Tabel 3.8
Total Pembiayaan Ritel 2016-2017

Tahun	Total Pembiayaan Ritel	Jumlah Pembiayaan	Produk
2016	Rp. 7.540.893.480	Rp. 6.786.110.00	Pembiayaan Pemilikan Rumah
		Rp. 754.783.480	Multiguna
2017	Rp. 11.079.979.703	Rp. 6.727.650.000	Pembiayaan Pemilikan Rumah
		Rp. 4.352.329.703	Modal Kerja Usaha Kecil

Dari data tersebut untulk total pembiayaan ritel dari tahun 2016 sampai 2017 terjadi peningkatan, pada tahun 2016 dari total pembiayaan ritel sebesar Rp. 7.540.893.480 diantaranya pembiayaan pemiikan rumah menyumbang sebesar Rp. 6.786.110.00 dengan jumlah nasabah sebesar 16 nasabah dan multiguna menyumbang sebesar Rp. 754.783.480 dengan jumlah nasabah sebesar 1 nasabah, sedangkan pada tahun 2017 dari total pembiayaan ritel sebesar Rp. 11.079.979.703 diantaranya pembiayaan pemilikan rumah menyumbang sebesar Rp. 6.727.650.000 dengan 16 nasabah dan pembiayaan modal kerja usaha kecil menyumbang sebesar Rp. 4.352.329.703 dengan jumlah nasabah sebesar 4 nasabah.[99]

Pembiayaan pemilikan rumah lebih unggul dari segi pembiayaan yang dikeluarkan dikarenakan pihak Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya

[99] Franciscus Saverus Mantiri, Manajer Operasional Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, *Wawancara*, Surabaya, 26 Juni 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bekerjasama dengan beberapa *developer* yang membantu dalam upayanya untuk mempromosikan serta memasarkan produk pembiayaan pemilikan rumah, sedangkan untuk produk multiguna tidak melakukan kerjasama jadi tenaga pemasar Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya yang turun langsung untuk mempromosikan dan menawarkan produk tersebut, padahal kendala yang dihadapi oleh Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya masih memerlukan tenaga pemasar dikarenakan jumlahnya yang masih minim.

Karena dalam hal ini Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dalam upayanya meningkatkan pembiayaan ritel adalah salah satunya melalui Pembiayaan Pemilikan Rumah. Berikut tabel Presentasi PPR dari Total Pembiayaan Ritel.

Tabel 3.8
Presentasi PPR dari Total Pembiayaan Ritel

Tahun	Total Pembiayaan Ritel	PPR	%
2016	Rp. 7.540.893.480	Rp. 6.786.110.000	89,99%
2017	Rp. 11.079.979.703	Rp. 6.727.650.000	60,72%

Dari total pembiayaan ritel, pada pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya terjadi penurunan. Pada tahun 2016 dari total pembiayaan yang terjadi sebesar Rp.7.540.893.480 diantaranya pembiayaan pemilikan rumah menyumbang sebesar 89,99%, sedangkan pada tahun 2017 pembiayaan pemilikan rumah menyumbang sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

60,72%.[100] Selain dikarenakan dari masing-masing nasabah membeli rumah dengan tipe dan harga yang berbeda. Penyebab lainnya adalah kondisi ekonomi untuk bisnis properti terutama pada perumahan terjadi penurunan.

Akan tetapi berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)[101] mencatat, pembiayaan pemilikan rumah di bank syariah tumbuh 21,69% per Agustus 2017. Angka ini tumbuh lebih baik dari rata-rata pertumbuhan pembiayaan pemilikan rumah secara umum sebesar 10,4% di Agustus 2017. Direktur Penelitian Pengembangan Pengaturan dan Perizinan Perbankan Syariah OJK Aulia Fadly mengatakan, potensi pertumbuhan pembiayaan pemilikan rumh di bank syariah masih cukup besar. Apalagi risiko pembiayaan bermasalah atau non performing finance (NPF) di sektor perumahan lebih rendah.

Selain itu, permintaan akan hunian di Jawa Timur mencapai sekitar lebih dari 230 ribu unit pada 2017.[102] Akan tetapi, pasokan rumah di wilayah ini baru mencapai sekitar 7 persen dari permintaan atau setara lebih dari 15 ribu unit rumah. Di Surabaya, tingginya permintaan hunian mengerek naik harga rumah di wilayah tersebut. Data bank sentral merekam per Juni 2017, Surabaya mencatatkan kenaikan harga rumah tertinggi di Indonesia atau sebesar 7,75 persen secara tahunan *(year-on-year/yoy).* Peningkatan tersebut sejalan dengan tingginya permintaan terhadap rumah hunian di wilayah tersebut.

---

[100] Ibid.
[101] Galvan Yudistira, "KPR bank syariah tumbuh 21,69%", dalam https:// keuangan. kontan. co. id/news/kpr-bank-syariah-tumbuh-2169, diakses pada 1 Juli 2018.
[102]Safyra Primadhyta, "Permintaan Hunian Tinggi, BTN Genjot Kredit di Jawa Timur", dalam https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170831103540-78-238581/permintaan-hunian-tinggi-btn-genjot-kredit-di-jawa-timur, diakses pada 1 Juli 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad kedepannya harus lebih giat lagi dalam memasarkan dan mempromosikan Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dalam upayanya untuk meningkatkan pembiayaan ritel yang kini mulai menyasar pada segmen ritel. Meskipun pada tahun 2017, adanya peningkatan dalam jumlah nasabah untuk pembiayaan pemilikan rumah dan secara total pembiayaan ritel terjadi peningkatan, akan tetapi untuk volume pembiayaan yang diberikan oleh Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) terjadi penurunan. Ini yang membuat presentasi Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dalam kontribusinya pada pembiayaan ritel menurun.

Apalagi tujuan dari dilakukannya strategi penentrasi pasar adalah untuk mencari peluang untuk meningkatkan penjualan, khususnya bagi Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR), tetapi hal itu rupanya masih belum berhasil bagi Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad dalam meningkatkan volume penjualan pada pembiayan pemiikan rumah yang dimiliki.

Tidak hanya produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) yang perlu ditingkatkan, produk ritel yang lainnya pun harus ditingkatkan jika ingin menambah porsi pembiayaan pada segmen ritel dengan melihat peluang yang ada. Meskipun Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya melakukan tahapan-tahapan strategi penetrasi pasar sudah baik dan terstruktur. Akan tetapi, untuk hasil akhirnya dalam usaha meningkatkan Pembiayaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemilikan Rumah (PPR) dalam kontribusinya untuk meningkatkan pembiayaan ritel mengalami penurunan dalam volume penjualan. Diharapkan untuk tahun berikutnya, Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya memikirkan strategi lanjutan yang akan digunakan untuk meningkatkan jumlah pengguna dan volume penjualan pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dalam upayanya meningkatkan pembiayaan ritel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari bab sebelumnya, maka kesimpulan yang didapatkan dari penelitian mengenai strategi penentrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Dari berbagai upaya strategi penetrasi pasar yang dilakukan untuk mendapatkan nasabah pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya yang merupakan nasabah baru didapatkan melalui kerjasama dengan *developer*.
2. Pada tahun 2017, adanya peningkatan dalam jumlah nasabah untuk pembiayaan pemilikan rumah dan secara total pembiayaan ritel terjadi peningkatan, akan tetapi untuk volume pembiayaan yang diberikan oleh Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) terjadi penurunan. Ini yang membuat presentasi Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dalam kontribusinya pada pembiayaan ritel menurun.

B. Saran

Setelah peneliti mengadakan penelitian mengenai strategi penetrasi pasar dalam meningkatkan pembiayaan ritel pada pembiayaan pemilikan rumah di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Diharapkan untuk tahun berikutnya, Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya memikirkan strategi lanjutan yang akan digunakan untuk meningkatkan jumlah pengguna pada Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dalam upayanya meningkatkan pembiayaan ritel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Antonio, Muhammad Syafi'i. "Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik" . Jakarta: Gema Insni Press, 2001, 106.

Assauri, Sofjan. "Manajemen Pemasaran". Jakarta: Rajawali Pers, 2015, 193.

Bank, Panin Dubai Syariah. "Profil Perusahaan", dalam https:// www.Panin banksyariah. co. id/ index. php/ mtentangkami, diakses pada 20 Januari 2018.

Bank, Syariah. "Profil Bank Panin Syariah", dalam https://www.syariah bank.com/ profil-bank-panin-syariah/, diakses pada 20 Januari 2018.

Ceria, Ikha Embun, "Pembiayaan Bank Syariah", dalam http://www.slide share, net/mobile/rikaramlawati/Perbankan-SyariahPembiayaan, diakses pada 25 Oktober 2017.

Eliyah. "Strategi Pemasaran Tabungan Muamalah Prima IB dalam Meningkatkan Dana Ritel (Tabungan) pada Bank Muamalat Indonesia". Skripsi-UIN Syarif Hidayatullah, 2014.

Farris, dkk. "Marketing Metrics: 50+ Metrics Every Executive Should Master". Philadelphia: Wharton Press, 2006.

Fauzan, Akhmad. "Strategi Syariah Marketing Funding Products Koperasi Jasa Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif: Study Kasus di KJKS PP. Matholi'ul Anwar Kabupaten Lamongan". Skripsi-UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016.

Fauzie, Yuli Yanna. "IPW: Penjualan Rumah di Atas Rp 1 Miliar Anjlok di Kuartal II", dalam http://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20170813131632-92-234349/ipw-penjulan-rumah-di-atas-rp1-miliar-anjlok-di-kuartal-ii, diakses pada 04 Oktober 2017.

Fitrianti, Rika. "Manajemen Resiko Pembiayaan Mikro pada BRI Syariah kantor Cabang Pembantu Cipulir". Skripsi-Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014.

Gozali, Ahmad. "Serba-Serbi Kredit Syariah: Jangan Ada Bunga Di Antara Kita". Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2005, 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hermansyah, "Inovasi Produk Perbankan Syariah", dalam http://www.academia.edu/9446205/Inovasi_Produk_Perbankan_Syariah, diakses pada 04 Oktober 2017.

Hutabarat, Jemsly dan Martini Huseini. "Proses, Formasi & Implementasi Manajemen strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi". Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006, 172.

Indonesia, Bank. "Kajian Model Bisnis Perbankan Syariah". Jakarta: Departemen Perbankan Syariah, 2012, 24.

Indonesia, Bank. "Perbankan Syariah", dalam http://www.bi.go.id, diakses pada 04 Oktober 2017.

Indonesia, Ikatan Bankir. "Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah". Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015, 50.

Keuangan, Otoritas Jasa. "Booklet Perbankan Indonesia 2017", dalam http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistika/booklet-perbankan-indonesia, diakses pada 26 Maret 2018.

Korhonen, Jenny. "Exploration and Analysis of Market Growth Opportunities in The Tractor Municipality Segmen in Germant". Thesis-Lapland University of Applied Sciences, 2014.

Kwortnik. "Internasional Encyclopedia of Hospitality Management". London: Routledge, 2010.

Laksamana, Yusak. "Tanya Jawab Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah". Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009, 40.

Marsinah. "Strategi Marketing Pembiayaan Griya BSM dalam Upaya Pencapaian Target di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Tegal". Skripsi-IAIN Purwokerto, 2016.

Maulidiyah. "Analisis Penerapan Segmentasi Pasar Pada Produk Tabungan Emas dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Pegadaian Syariah". Skripsi-UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017.

Nasional, Departemen Pendidikan, "Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa". Jakarta: Gramedi Pustaka Utama, 2008, 1170.

Nurjamal. "Bank Panin Dubai Syariah Siap Tingkatkan Porsi Pembiayaan Segmen Ritel", dalam https://www.go muslim.co.id/, diakses pada 04 Oktober 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Primadhyta, Safyra. "Permintaan Hunian Tinggi, BTN Genjot Kredit di Jawa Timur", dalam https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170831103540-78-238581/permintaan-hunian-tinggi-btn-genjot-kredit-di-jawa-timur, diakses pada 1 Juli 2018.

Purwanto, Budy. "Manajemen SDM Berbasis Proses". Jakarta: Grasindo, 2010, 30.

Putra, Irfandi Mardi. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Pemilikan Rumah Bank Syariah Studi Kasus PT. BNI Syariah Cabang Dharmawangsa". Skripsi-STIESIA Surabaya, 2014.

Putri, Oktaria Ade. "Persaingan dan Inovasi Produk Bank Syariah", dalam http://www.academia.edu/15638482/PERSAINGAN_DAN_INOVASI_PRODUK_BANK_SYARIAH, diakses pada 04 Oktober 2017.

Raharjo, Budi. "Ini yang Buat Peluang Pertumbuhan Keuangan Syariah Masih Sangat Besar", dalam http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/17/10/13/oxrm31415-ini-yang-buat-peluang-pertumbuhan-keuangan-syariah-masih-sangat-besar, diakses pada tanggal 04 Oktober 2017.

Ramdhani, Mohamad Fikri. "Analisis Konsentrasi Penetrasi Pasar dan Distribusi Penyaluran Kredit Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Pulau Jawa". Skripsi-Institut Pertanian Bogor, 2008.

Richardson dan Evan. "Strategies for Diversification". United States: Harvard Business Publishing, 1922.

Rohmi, Putri Kamilatur. "Implementasi Akad Musyarakah Mutanaqishah Pada Pembiayaan Kepemilikan Rumah Di Bank Muamalat Lumajang", Iqtishoduna Vol. 5 No. 1 (April 2015), 25.

Sandy, Kunthi Fahmar. "Bank Panin Syariah Resmikan Nama dan Logo Baru", dalam https://ekbis.sindonews.com/, diakses pada 20 Januari 2018.

Seriyawati, Agustina. "Analisis Strategi Promosi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Sistem Konvensional dan Syariah (Studi Kasus BTN dan BTN Syariah Kantor Cabang Solo)". Skripsi-Institut Pertanian Bogor, 2007.

Sopiah, Etta Mamang Sangadji. "Salesmanship (Kepenjualan)". Jakarta: Bumi Aksara, 2016.

Syariah, Bank Panin Dubai. "Pembiayaan Pemilikan Rumah PaS iB", dalam http://www.paninbanksyariah.co.id/index.php/mproduk?id=28, diakses pada 25 Oktober 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syariah, Bank Panin Dubai. "Tentang Bank Panin Dubai Syariah", dalam http://www.paninbanksyariah.co.id/, diakses pada 04 Oktober 2017.

Umar, Husein. "Strategic Management in Action".Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, 31.

Wahyuni, Dewi Ayu Sri. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Sumber Cirebon". Skripsi-IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2016, 16.

Wijaya, Jhon. "Penetrasi Pasar", dalam http://www.scribd.com, diakses pada 22 November 2017.

Yudistira, Galvan, "Nama Panin Syariah jadi Bank Panin Dubai Syariah", dalam http://m.kontan.co.id/news/nama-panin-syariah-jadi-bank-panin-dubai-syariah, diakses pada 20 Januari 2018.

Yudistira, Galvan, "KPR bank syariah tumbuh 21,69%", dalam https:// keuangan. kontan. co. id/news/kpr-bank-syariah-tumbuh-2169, diakses pada 1 Juli 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id