

**Strategi Peningkatan Penjualan Produk Pembiayaan
Serba Guna (Murabahah) Bank BPD DIY Syariah
Kantor Cabang Pembantu UII**



**Disusun oleh:
Aryo Dwi Anggoro 20213031**

**PROGRAM STUDI ANALISIS KEUANGAN
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
JULI, 2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **Strategi Peningkatan Penjualan Produk Pembiayaan Serba Guna (Murabaha) Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu UII** yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari Skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan di lingkungan Universitas Islam Indonesia maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 10 Juli 2024



Aryo Dwi Anggoro

20213031

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **Strategi Peningkatan Penjualan Produk Pembiayaan Serbaguna Murabahah Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang UII**. Disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, dan disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian Skripsi.

Yogyakarta.

Pembimbing



Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu

HALAMAN PENGESAHAN

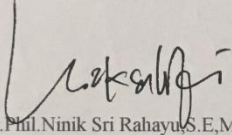
HALAMAN PENGESAHAN

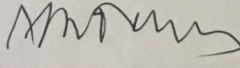
Skripsi dengan judul **Strategi Peningkatan Penjualan Produk Pembiayaan Serbaguna Murabahah Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang UII** telah dipertahankan dalam ujian wawancara dan diterima sebagai syarat untuk menjadi Sarjana Terapan Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, pada tanggal 29 juli 2024

Tim Penguji

Penguji I

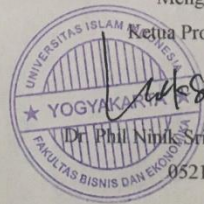
Penguji II


Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu, S.E., M.M
052130103


Dra. Indah Susantun, M.Si
883110104

Mengesahkan

Ketua Program Studi



Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu, S.E., M.M
052130103

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan riset terapan yang berjudul **“Strategi Peningkatan Penjualan Produk Pembiayaan Serba Guna (Murabahah) Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu UII”**

Laporan riset ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana Terapan(D4) Analisis Keuangan Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan laporan riset ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua Orang Tua yang penulis sayangi dan cintai, Bapak Sukarja dan Ibu Catur Siwi Pertiwi yang selalu memberikan penulis semangat dan do'a serta motivasi baik secara materi maupun non materi.
2. Ibu Dr. Phil.Ninik Sri Rahayu SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan penulis nasihat yang sangat berarti mengenai Laporan riset ini
3. Seluruh dosen pengajar Program D4 Analisis Keuangan Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rio Widjanarko selaku Kepala Pimpinan Cabang dan seluruh karyawan Bank BPD DIY Syariah KCP UII yang telah memberikan izin penulis untuk melaksanakan serta mengajarkan banyak ilmu dan pengalaman dalam kegiatan magang Bank BPD DIY Syariah KCP UII.
5. Sahabat-sahabat serta teman-teman penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan laporan riset terapan ini.

6. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Demikian Laporan riset terapan ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa Laporan riset terapan ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu penulis mohon saran yang membangun sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wabillahi taufik wal hidayah Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 17 Juli 2024



Aryo Dwi Anggoro

**Strategi Peningkatan Penjualan Produk Pembiayaan Serba Guna
(Murabahah) Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu UII**

Abstrak

Bank BPD DIY Syariah merupakan bank yang dimiliki oleh daerah yang bertugas untuk mengelola keuangan daerah, Produk pembiayaan serbaguna menjadi salah satu instrumen keuangan yang penting dalam mendukung kebutuhan finansial

konsumen modern. Dalam konteks ini minat nasabah terhadap produk pembiayaan serbaguna sangat rendah dibandingkan produk pembiayaan yang ada pada bank BPD DIY Syariah, maka dari itu perlunya penelitian terkait faktor-faktor menjadikan produk serbaguna kurang diminati. penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor permasalahan yang ada pada produk serbaguna. Metode yang digunakan pada saat penelitian dengan menggunakan kualitatif deskripsi dengan wawancara narasumber berasal dari pihak bank BPD DIY Syariah KCP UII. Hasil penelitian menunjukkan terhadap kurangnya minat nasabah terhadap produk serbaguna dikarenakan kurangnya strategi dalam pemasaran dan tingginya margin berdampak pada kurang lakunya produk serbaguna dipasaran.

Kata Kunci: Bank Syariah, Strategi pemasaran, pembiayaan

***Strategy to Increase Sales of Multi-Purpose Financing Products (Murabahah)
Bank BPD DIY Syariah UII Sub-Branch Office***

Abstract

Bank BPD DIY Syariah is a bank owned by the region that is tasked with managing regional finances. Multipurpose financing products are one of the important financial instruments in supporting the financial needs of modern consumers. In this context, customer interest in multipurpose financing products is very low compared to financing products available at Bank BPD DIY Syariah, therefore research is needed regarding the factors that make multipurpose products less popular. This study aims to identify the problem factors in multipurpose products. The method used during the study using qualitative descriptions through interviews with informants from Bank BPD DIY Syariah KCP UII. The results of the study showed a lack of consumer interest in multipurpose products due to a lack of marketing strategy and high margins that have an impact on the lack of sales of multipurpose products in the market.

Keywords: Islamic Bank, Marketing strategy, financing

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
Abstrak	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat.....	3
1.4.1 Manfaat Akademik	3
1.4.2 Manfaat bagi Instansi	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	4
2.1 Landasan Teori	4
2.1.1 Pengertian Perbankan.....	4
2.1.2 Bank Konvensional	4
2.1.3 Fungsi Bank Umum	4
2.1.4 Bank Syariah.....	5
2.2 Pembiayaan.....	7
2.2.1 Jenis-Jenis Pembiayaan	7
2.2.2 Prinsip Pembiayaan.....	9
2.3 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	11
2.4 Penelitian Terdahulu	12
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	14
3.2 Desain Penelitian	14
3.3 Sumber Data dan Sampel Penelitian	14
3.4 Teknik Pengumpulan Data	15

3.5	Teknik Keabsahan Data	16
3.6	Teknik Analisis Data	17
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	19
4.1	Gambaran Umum Bank BPD DIY Syariah KCP UII	19
4.2	Visi dan Misi Perusahaan	20
4.3	Struktur Organisasi Bank BPD DIY Syariah KCP UII	20
4.4	Deskripsi Data	21
4.4.1	Pengertian Produk Pembiayaan Serbaguna.....	21
4.4.2	Alur Pemberian Pembiayaan Produk Serbaguna	22
4.4.3	Pengertian KUR	23
4.4.4	Pengerian Swaguna.....	23
4.4.5	FaktorFaktor Yang Menjadi Penyebab Produk Serbaguna Kurang Diminati 24	
4.4.6	Strategi Penjualan Yang Saat Ini Dilakukan Oleh Bank BPD DIY Untuk Prodok Serbaguna Syariah KCP UII	26
4.4.7	Tantangan Utama Yang Dihadapi Bank BPD DIY Syariah Cabang UII Dalam Melakukan Penjualan Produk Serbaguna	27
BAB V	PENUTUP	29
5.1	Kesimpulan.....	29
5.2	Implikasi	29
5.2.1	Implikasi Teoritis	29
5.2.2	Implikasi Praktik	30
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	30
5.4	Rekomendasi.....	31
DAFTAR PUSTAKA		32

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	12
Tebel 3. 1 Daftar Sampel Wawancara.....	15

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Bank BPD DIY Syariah.....	19
Gambar 3 Struktur Organisasi Bank BPD DIY Syariah	22

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi pemasaran sangat penting untuk dapat mengenalkan suatu produk terhadap masyarakat. Adanya strategi pemasaran terfokus pada mencari dan memberi kepada pelanggan, dan mengembangkan bisnis serta meningkatkan penjualan suatu produk. Didalam sebuah pemasaran ada 4P konsep yang harus diterapkan yaitu: produk, *price*, *place*, dan promosi (Juneda, 2019). Seiring dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat, persaingan dalam pemasaran akan semakin ketat karena masyarakat akan lebih memilih produk yang ditawarkan akan memberikan keuntungan dan menarik bagi mereka, oleh sebab itu harus adanya peluang dalam melakukan pemasaran suatu produk agar dapat bisa bersaing dengan bisnis yang ada.

Sistem keuangan merupakan tatanan perekonomian dalam suatu negara yang memiliki peran penting dalam menyediakan jasa-jasa keuangan. Dengan tugas dan fungsi yang paling penting menyalurkan dana kepada perorangan maupun non perorangan yang membutuhkan melalui pembiayaan (Amir, 2021). Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan, melalui persetujuan antara bank dengan pihak lain yang memberikan kewajiban pihak lain untuk mengembalikan uang tersebut dengan jangka waktu yang sudah ditentukan (Putri, 2020). Perekonomian harus memiliki kestabilan sistem keuangan dalam pengawasan dana agar berjalan lebih baik, dengan itu perekonomian akan berkembang dan meningkatnya standar kehidupan, oleh sebab itu diperlukannya lembaga keuangan yang bertugas untuk menjalankan sistem keuangan.

Bank Syariah merupakan suatu lembaga yang berprinsip pada Syariah Islam yang berlandaskan Al-Quran dan Hadis, maka dari itu perbankan Syariah menghindari unsur yang berkaitan dengan riba yang bertentangan dengan Syariah Islam (Agustin, 2021). Bank syariah salah satu lembaga keuangan yang memiliki fungsi *intermediary* seperti halnya dengan Bank Konvensional, dalam arti menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana ke masyarakat dalam

bentuk pembiayaan. Dewan Syariah Nasional yang mempunyai kewenangan dalam mengembangkan penerapan nilai-nilai Syariah dalam perekonomian Syariah dalam mengeluarkan fatwa atas jenis-jenis kegiatan keuangan Syariah termasuk produk pembiayaan. Dalam menjalankan lalu lintas keuangan Bank Syariah mendapatkan keuntungan tidak menggunakan bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil antara bank dan nasabah.

Secara umum produk-produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank BPD DIY Syariah cukup diminati oleh masyarakat, Tetapi beberapa produk tampaknya belum menjadi pilihan masyarakat, salah satunya adalah produk pembiayaan Serba Guna yang menggunakan akad Murabahah Sepanjang tahun 2022, hanya ada satu pengajuan pada produk Serbaguna dan bahkan pada tahun 2023 tidak ada sama sekali untuk pengajuan Produk Serbaguna. Masyarakat lebih memilih produk KUR atau Swaguna untuk pengajuan pembiayaan. Berdasarkan latar belakang di atas untuk memberikan kontribusi terhadap praktik persoalan yang dihadapi Bank BPD DIY Syariah, laporan skripsi ini akan mengangkat topik **“Strategi Peningkatan Penjualan Produk Pembiayaan Serbaguna (Murabahah) Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu UII”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apa saja yang menjadi faktor produk pembiayaan serbaguna kurang diminati?
2. Bagaimana strategi penjualan yang saat ini dilakukan oleh Bank BPD DIY Syariah cabang UII untuk produk serbaguna?
3. Apa tantangan utama yang dihadapi Bank BPD DIY Syariah Cabang UII dalam melakukan penjualan produk Serbaguna dan bagaimana mengatasi tantangan tersebut?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengidentifikasi faktor yang melatarbelakangi permasalahan yang ada pada produk serbaguna
2. Untuk mengidentifikasi lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang digunakan saat ini

3. Untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dan memberikan solusi terkait penjualan produk Serbaguna di Bank BPD DIY KCP UII.

1.4 Manfaat

Dengan adanya penelitian ini penting untuk dilakukan terkait strategi peningkatan nasabah pembiayaan produk Serbaguna untuk dapat membantu lembaga keuangan dalam mengidentifikasi strategi yang lebih menarik nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan serbaguna.

1.4.1 Manfaat Akademik

Manfaat bagi akademik dalam penelitian ini adalah menjadi pedoman bagi Studi Sarjana Terapan Analisis Keuangan Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini dapat menambah literatur ilmiah yang ada mengenai pemasaran produk Serbaguna di perbankan Syariah, dari hasil penelitian dapat mengembangkan atau memodifikasi model pemasaran yang ada berdasarkan temuan penelitian.

1.4.2 Manfaat bagi Instansi

Dari penelitian yang ada akan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di Bank BPD DIY Syariah KCP UII dalam upaya peningkatan penjualan produk pembiayaan Serbaguna.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Perbankan

Bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai tugas penting dalam suatu roda perekonomian negara, bank dalam pasal 1 ayat (2) UU No 10 tahun 1998 mengenai perubahan UU No 7 tahun 1992 tentang pengertian bank adalah usaha yang bertugas dalam menghimpun dana dari masyarakat atau nasabah dalam bentuk tabungan, deposito, giro, dan bank bertugas menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman, atau dalam bentuk yang lain dengan tujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Di Indonesia bank mempunyai dua jenis yang dibedakan melalui salah satu cara untuk memperoleh keuntungan yang didapat, bank konvensional dalam mendapatkan keuntungan yaitu dengan menggunakan sistem suku bunga, sedangkan bank Syariah dalam mencari keuntungan dengan menerapkan sistem bagi hasil atau nisbah (Adhim, 2019).

2.1.2 Bank Konvensional

Bank konvensional diartikan sebagai pertemuan, dalam pengertian bank konvensional merupakan bank yang beroperasionalnya berdasarkan sistem yang disepakati bersama dalam satu konvensi atau pertemuan. Pengertian Bank umum menurut undang-undang No.10 tahun 1998 merupakan Bank yang melaksanakan operasional atau kegiatan usaha secara Konvensional atau berdasarkan prinsip Syariah yang dalam aktivitasnya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

2.1.3 Fungsi Bank Umum

Bank konvensional mempunyai fungsi dalam setiap kegiatannya, yang sudah disepakati bersama yaitu:

1. Penciptaan uang

Uang yang diterbitkan bank umum atau bank konvensional merupakan uang dalam bentuk giral yaitu sebagai alat pembayaran melalui mekanisme pemindahbukuan(*kliring*). Dalam menciptakan uang bank umum mempunyai posisi dan fungsi dalam pelaksanaan kebijakan moneter.

2. Mendukung Kelancaran Mekanisme Pembayaran

Dalam hal ini bank memiliki fungsi yang sangat penting yaitu dalam mendukung kelancaran mekanisme pembayaran nasabah.

3. Penghimpunan Dana Simpanan Masyarakat

Dalam kegiatan perbankan di Indonesia dana yang paling banyak berdasarkan sektor simpanan, yang meliputi giro, tabungan, deposito, sertifikat deposito. Dana berhasil dihimpun akan diputar kembali melalui menyalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman.

4. Mendukung Kelancaran Transaksi Internasional

Bank umum juga berperan dalam bertransaksi internasional, baik transaksi barang dan jasa maupun transaksi modal. Adanya transaksi internasional akan mengalami kesulitan dikarenakan perbedaan geografi, budaya, dan sistem moneter dalam masing-masing negara dengan adanya bank umum akan memberikan kemudahan bagi pihak yang akan bertransaksi yang dapat diatasi oleh bank umum secara cepat dan mudah.

5. Penyimpanan Barang-Barang Berharga

Produk bank yang paling utama yang ditawarkan adalah produk penyimpanan barang berharga seperti uang, perhiasan, surat berharga dalam bentuk kotak-kotak yang disediakan oleh bank untuk disewakan atau dalam dunia bank disebut (*safety box*).

6. Pemberian Jasa-Jasa Lainnya

Dunia perbankan tidak hanya bertugas menghimpun atau memberikan pinjaman terhadap nasabah, dengan perkembangan jaman yang semakin cepat bank juga memperluas layanan dengan memberikan jasa-jasa kemudahan untuk melayani pembayaran seperti, pembayaran listrik, pembayaran sekolah, pembayaran paket data, dan mengirim uang tanpa harus datang ke konter teller hanya melalui ATM atau dengan melalui fitur mobile banking

2.1.4 Bank Syariah

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Menurut UU NO 21 Tahun 2008 memberikan pernyataan bahwa Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan lalu lintas keuangan

dengan menggunakan prinsip-prinsip Syariah atau dengan prinsip hukum Islam yang diatur didalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia, lembaga keuangan Syariah dilandasi dengan nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan dan umum (Lubis, 2021).

Prinsip utama dari yang dianut dari lembaga Syariah yaitu:

1. Bebas maghrib

Maghrib atau masyir adalah judi, yang artinya bahwa lembaga keuangan Syariah tidak memperbolehkan menguntungkan satu pihak, dalam al-quran sudah menerangkan bahwa maysir atau magrib adalah keuntungan yang besar dan didapatkan dengan cara yang mudah, tetapi akan menimbulkan masalah yang besar.

2. Gharar

Dalam pengertian ghara adalah menipu, memperdaya, dan ketidakpastian, gharar juga dapat terjadi pada transaksi yang tidak jelas keberadaannya, maka dari itu lembaga keuangan Syariah tidak boleh menggunakan sifat gharar untuk menjalankan kegiatan lalu lintas keuangan.

3. Haram

Haram merupakan kegiatan yang dilarang oleh agama yang dilakukan akan mendapatkan dosa atau balasan dari sang pencipta, dalam hubungan lembaga keuangan syariah adalah menerapkan riba dalam untuk mendapatkan keuntungan dengan membebani satu pihak, hal ini yang diharamkan oleh agama. Maka dari itu bank Syariah tidak diperkenankan menggunakan bunga untuk mendapatkan keuntungan.

4. Batil

Batil merupakan tidak sahnya dalam kegiatan jual beli. Didalam Q.S Al Baqarah ayat 188 yang menjelaskan bahwa aktivitas ekonomi tidak boleh dilakukan dengan jalan yang kurang baik atau Batil, dengan cara yang curang dengan menutupkan kerusakan atau kurangnya suatu produk yang dijual.

2.2 Pembiayaan

Pembiayaan lahir dari kata *I Believe I Trust* yang artinya saya percaya atau menaruh kepercayaan. Kata pembiayaan yang bermakna kepercayaan bank terhadap nasabah untuk melaksanakan suatu kewajiban yang diberikan kepada bank selaku shohibul maal, atau dengan pengertian bank memberikan suatu dana kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dengan persyaratan yang ada dan dengan kewajiban yang disepakati kedua belah pihak (Juneda, 2019). Dalam pembiayaan dibagi menjadi dua jenis yaitu:

1. Pembiayaan produktif

Pembiayaan produktif adalah pembiayaan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan suatu produksi dalam pengertian luas, seperti peningkatan usaha baik usaha produksi ataupun perdagangan dan investasi.

2. Pembiayaan konsumtif

Pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi atau yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

2.2.1 Jenis-Jenis Pembiayaan

Dalam dunia bank dibagi menjadi dua yaitu bank Konvensional dan bank Syariah, Bank Konvensional telah menggunakan bunga dalam produk pembiayaannya untuk mendapatkan keuntungan perusahaan, menurut ilmu fiqih bunga dikategorikan sebagai riba yang demikian merupakan suatu larangan agama atau haram, maka dari itu bank Syariah memberikan produk bebas bunga dengan menggunakan akad dalam prosesnya. (Sundariani 2023).

Menurut (Sundariani 2023) jenis-jenis pembiayaan yaitu:

1. Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil

a. Mudharabah

Yaitu akad atau perjanjian antara penanam dana dan pengelola dana untuk usaha tertentu dengan pembagian hasil keuntungan antara kedua belah pihak.

b. Musyarakah

Adalah perjanjian antara penanam dana dan pengelola dana untuk mencampurkan dana tersebut untuk usaha, dengan keuntungan yang didapat berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

2. Pembiayaan Dengan Prinsip Jual Beli

a. Murabahah

Merupakan perjanjian jual beli antara bank dan nasabah, yaitu dengan bank membelikan kebutuhan nasabah kemudian menjual kepada nasabah dengan margin yang disepakati kedua belah pihak.

b. Salam

Yaitu perjanjian jual beli dengan cara pemesanan dengan syarat tertentu.

c. Istisna.

Perjanjian jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan dengan keinginan nasabah.

3. Pembiayaan Dengan Prinsip Sewa

a. Ijarah

Merupakan akad dengan sistem perjanjian sewa menyewa suatu barang dalam waktu tertentu.

b. Iqtina

Adalah perjanjian sewa menyewa suatu barang diakhir dengan perpindahan kepemilikan barang dari pihak yang memberikan sewa kepada pihak penyewa.

c. Wakalah

Merupakan akad perwakilan antara dua belah pihak, biasanya digunakan untuk letter of credit, dan juga digunakan untuk mentransfer dana dengan beda bank.

4. Pembiayaan Dengan Prinsip Jasa Pelayanan

a. Kafalah

Adalah jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.

b. Hawalah

Adalah akad yang digunakan untuk pengalihan utang dari yang berhutang kepada pihak lain yang wajib menanggungnya.

c. Rahn

Adalah akad menggadaikan barang dari satu pihak kepada pihak yang lain dengan menahan harta milik peminjam sebagai agunan atau sebagai jaminan yang diterimanya.

d. Qard

Adalah pemberian jaminan kepada orang yang bersangkutan yang dapat diminta kembali, dengan meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

2.2.2 Prinsip Pembiayaan

Prinsip pembiayaan adalah langkah yang dilakukan suatu bank sebelum melakukan proses pembiayaan kepada nasabah untuk mengurangi resiko yang ada. Menurut (Octaviani 2021) pembiayaan pada bank dapat dilakukan dengan menggunakan prinsip 5 C dan 5 P, sebagai berikut:

1. Prinsip 5C

Merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi keputusan bisnis atau pembiayaan. Ini membantu dalam memahami berbagai elemen yang berperan dalam keberhasilan atau kegagalan suatu proyek atau strategi. Berikut adalah lima komponen dalam analisis 5 C:

a. *Character*

Karakter Adalah sifat dari calon nasabah sangatlah penting dan mendasar untuk melakukan prinsip 5C, karena dari karakter pihak bank bisa melihat kelayakan nasabah untuk mengajukan pembiayaan

b. *Capactiy*

Kemampuan merupakan hal yang penting dalam langkah melakukan prinsip pembiayaan, kemampuan dapat dilihat dari pendapatan dan cara mengelola keuangan calon nasabah, semakin besar pendapatan dan stabilitas keuangan maka semakin besar kemampuan untuk membayar hutangnya.

c. *Capital*

Capital adalah modal yang ada pada pihak calon nasabah yang artinya nasabah harus mempunyai sumber penghasilan

d. *Collateral*

Jaminan merupakan suatu benda berharga atau surat berharga yang diberikan kepada pihak bank untuk mengikat perjanjian utang agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.

e. *Conditional of economic*

Adalah kondisi ekonomi dimana pihak bank harus dapat melihat atau membaca kondisi calon nasabah pada masa mendatang dan pada masa sekarang.

2. Prinsip 5P

Analisi 5P adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi dan merencanakan berbagai aspek penting dalam strategi bisnis dan pemasaran. Ini sering kali digunakan untuk menyusun dan menilai strategi pemasaran yang efektif. Berikut adalah lima komponen dalam analisis 5P:

a. *Product*

kualitas, desain, dan manfaat produk atau layanan. Ini melibatkan analisis tentang bagaimana produk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

b. *Price*

Menganalisis strategi harga, termasuk penetapan harga, diskon, dan kebijakan harga lainnya. Ini melibatkan pemahaman bagaimana harga mempengaruhi persepsi pelanggan dan daya saing produk.

c. *Place*

Menilai saluran distribusi dan lokasi di mana produk atau layanan dijual. Ini mencakup keputusan tentang saluran distribusi fisik dan online serta lokasi yang strategis.

d. *Promotion*

Menganalisis strategi promosi dan komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi penjualan, dan pemasaran digital. Ini penting untuk menciptakan kesadaran dan menarik minat pelanggan.

e. people

kontribusi individu yang terlibat dalam pelayanan atau penjualan produk, seperti tenaga penjual dan staf layanan pelanggan. Kualitas dan motivasi orang-orang ini dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan atau nasabah.

2.3 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Bauran pemasaran adalah alat untuk memasarkan yang terdiri atas beberapa unsur suatu program pemasaran, pemasaran membutuhkan pertimbangan agar strategi dalam pemasaran dapat berjalan lancar dan sesuai target yang diinginkan. Kegiatan Marketing Mix banyak dilakukan perusahaan pada saat memasarkan produk yang sedang dijual. Dalam dunia bisnis bauran pemasaran merupakan strategi pemasaran yang sengaja digabung dengan tujuan agar dapat target dalam pemasaran perusahaan yang terpenuhi, menurut (Oleh & Siwi, 2022) dengan mengotimalakan dan menggabungkan aspek seperti:

1. Produk (*Product*)

Perusahaan dapat memiliki kelebihan produk yang dimiliki dibandingkan produk perusahaan lain, agar dapat bersaing di dunia pasar, dan juga harus mengevaluasi produk yang dimiliki agar dapat memenuhi kebutuhan pasar.

2. Tempat (*Place*)

Sebelum pemasaran dilakukan harus langkah pertama yaitu survey lapangan atau tempat yang akan digunakan pada saat marketing, serta melihat peluang pasar, agar produk yang dimilikinya bisa diminati masyarakat.

3. Harga (*Price*)

Penentuan harga yang ditawarkan harus sesuai dengan produk yang dipasarkan, harga yang ditetapkan harus berdasarkan harga produksi agar dapat memperoleh keuntungan.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi sangat penting dalam pemasaran produk, dimana sekarang persaingan pasar yang semakin ketat perusahaan harus dapat promosi dengan cara yang unik

dan berbeda untuk dapat menarik minat masyarakat, melalui media digital dan media cetak.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penyebab produk pembiayaan Serbaguna kurang diminati di perbankan syariah dan membantu merumuskan strategi penjualan untuk meningkatkan penjualan produk Serbaguna pada Bank BPD DIY Syariah KCP UIL. Sebagai analisis pembandingan pada penelitian ini, agar dapat mengetahui signifikan antara peneliti terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul	Tujuan	Metode	Temuan Penting
1.	Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Ijarah Di BMT Al Ishlah Kota Jambi	Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi marketing mix dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan ijarah di BMT Al-Ishlah Kota Jambi.	Kualitatif	Penerapan 5C terhadap pembiayaan ijarah di BMT Al-Ishlah Kota Jambi meliputi character, capacity, capital, collateral, dan conditional of economic prinsip ini diterapkan untuk mensurvei terhadap pembiayaan ijarah yang bertujuan untuk memutuskan kelayakan pemberian pembiayaan kepada calon anggota guna menghindari dan meminimalisir risiko-risiko yang terjadi dan meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan.
2.	Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan Usaha Mikro Pada Pembiayaan Serbaguna Mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat Rani Astuti (2014)	Untuk mengetahui minat nasabah terhadap Pembiayaan Usaha Mikro dan Pembiayaan Serbaguna Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat	Kualitatif	Penelitian ini menemukan bahwa Persentase perbedaan minat nasabah terhadap Pembiayaan Usaha Mikro dan Pembiayaan Serbaguna Mikro mengalami kenaikan maupun penurunan setiap tahunnya
3.	Pengaruh WORD OF MOUTH dan Brosur terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Serbaguna di BPRS Bangkal	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi word of mouth dan iklan media cetak (brosur) terhadap	Kuantitatif	Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa Promosi Word of Mouth dan Iklan Media Cetak (Brosur) dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasaba

	Nurul Hidayati, Ziyadatul Jamilah (2024)	peningkatan jumlah nasabah di BPRS Kantor Kas Bangkal baik secara simultan maupun parsial		
4.	Implementasi Strategi Marketing Mix Pada Pembiayaan Serbaguna Mikro PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Lawang Malang	Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan iB Serbaguna di PT Bank Sumut Syariah KCPS Kota Baru Marelan.	Kuantitatif	Penelitian ini mendapatkan temuan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pengambilan pembiayaan iB Serbaguna Di bank Sumut Syariah KCPS Kota Baru Marelan
5.	Strategi Pembiayaan serbaguna dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Bahkti Sumekar Cabang Bluto Ridho Sudianto, Safirzal(2023)	Bertujuan untuk memahami strategi yang digunakan oleh BPRS Bhkti Sumekar Cabang Bluto untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam pembiayaan serba guna	Kualitatif	Penelitian menemukan temuan strategi pembiayaan serba guna untuk meningkatkan jumlah nasabah mudah diterapkan oleh BPRS, namun proses pengambilan pembiayaan serbaguna tidak dapat dilakukan secara langsung, melainkan melalui proses persyaratan yang harus dipenuhi oleh nasabah sesuai standar yang ditetapkan oleh BPRS

Berdasarkan dari lima penelitian terdahulu yang paling mendekati untuk dijadikan bahan referensi selama penelitian berlangsung yaitu, Strategi Pembiayaan serbaguna dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Bahkti Sumekar Cabang Bluto, Implementasi Strategi Marketing Mix Pada Pembiayaan Serbaguna Mikro PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Lawang Malang. Penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa persamaan dari tujuan penelitian ini pada permasalahan produk serbaguna yang mana kurang strategi dalam pemasaran, sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu pada rumusan masalah yang mana mencari faktor penyebab rendahnya tingkat penjualan produk pembiayaan Serbaguna, dan mengidentifikasi faktor penyebab rendahnya animo masyarakat untuk membeli produk pembiayaan Serbaguna di Bank BPD DIY Syariah KCP UII dengan menggunakan metode kuantitatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Proses penelitian dilakukan di Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang UII. Penelitian dilakukan selama 6 bulan terhitung dari tanggal 18 september 2023 hingga 18 maret 2024, tempat penelitian yang dilakukan oleh penulis beralamatkan di Jalan Kaliurang km 14,5, Krawitan, Umbulmartani, Kec Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584.

3.2 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan adanya penelitian yang dilakukan langsung bertujuan untuk menggali, meneliti permasalahan yang ada, dan mendapatkan data-data mengenai produk Serbaguna di Bank BPD DIY Syariah KCP UII yang telah dilakukan penelitian langsung oleh penulis. Pendekatan yang dipakai oleh penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan Kualitatif yaitu pendekatan dengan menghasilkan data-data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan bersumber dari orang-orang dan perilaku yang telah diamati. Maka dari itu data yang dikumpulkan adalah data yang berbentuk kata atau kalimat maupun gambar (Sujarweni, 2014).

3.3 Sumber Data dan Sampel Penelitian

Penelitian ini agar dapat mencapai sasaran yang diharapkan maka membutuhkan adanya data-data yang didapat dari sumber lainnya yang dapat membantu dalam penelitian (Retnawati, 2017), data tersebut dikelompokkan menjadi 2(dua) jenis yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang didapat dengan cara langsung yang bersumberkan dari narasumber atau informasi yang bersangkutan dengan topik tersebut, dengan menggunakan teknik wawancara. Informasi merupakan data didapatkan dari orang yang mengetahui dengan baik dan benar menangani permasalahan yang sedang diteliti. Data dari penelitian ini didapatkan informasi dari kepala cabang, dan karyawan bank BPD DIY Syariah KCP UII

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang didapat melalui dokumentasi dan arsip-arsip dengan fungsi sebagai data penunjang dan sebagai pelengkap informasi dari penelitian. Maka dari itu informasi yang di dapat berupa data jumlah nasabah pembiayaan produk serbaguna, modul atau buku mengani produk pembiayaan serbaguna yang diperoleh dari Bank BPD DIY Syariah KCP UII

Tebel 3. 1 Daftar Sampel Wawancara

Target	Jumlah Informasi	Topik
Pemimpin Cabang	1	• Apa yang menjadi permasalahan yang menjadikan produk pembiayaan serbaguna kurang diminati • Strategi apa yang digunakan untuk mempromosikan produk pembiayaan Serbaguna di Bank BPD DIY Syariah • Apa saja yang menjadi tantangan bagi pihak bank pada saat mempromosikan produk Serbaguna • Bagaimana persepsi nasabah secara umum terhadap produk pembiayaan Murabahah yang ditawarkan Bank BPD DIY Syariah Cabang UII
Account Officer	2	
Total	3	

Sumber data sekunder untuk melengkapi data primer yang diperoleh dari akun resmi BPD DIY Syariah serta mendapatkan informasi dari buku dan dokumen-dokumen yang ada kantor BPD DIY Syariah kantor cabang pembantu uii.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Barlian, 2016).

1. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data yang dikumpulkan dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil maupun yang sangat

jauh dapat diobservasi dengan jelas. Peneliti melakukan metode pengumpulan data dengan observasi secara langsung di Bank BPD DIY Syariah KCP UII.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan. tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi. Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada pimpinan cabang, *account officer*, terkait permasalahan produk Serbaguna.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pelengkap bagi metode observasi, wawancara. Dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang berbentuk catatan, gambar-gambar, sektsa dan lain-lain yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti sehingga akan mendapatkan data yang lengkap dan sah. Metode ini peneliti mencari data lengkap melalui sistem aplikasi bang dengan dibantu *account officer*, dan melalui buku pedoman bank.

3.5 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan bukti untuk memperkuat tuduhan bawah penelitian Kualitatif tidak ilmiah, pemeriksaan keabsahan data juga bagian penting dari kumpulan-kumpulan pengetahuan yang sejalan dengan penelitian Kualitatif. Menurut(Susanto & Jailani, 2023) keabsahan data ada 5 kriteria yang digunakan untuk menganalisis keabsahan data dalam penelitian Kualitatif yaitu:

1. *Credibility* (Derajat Kepercayaan)

Merupakan kriteria dalam memenuhi nilai kebenaran data dan informasi yang di dapat. Hasil dari penelitian harus benar-benar dapat dipercaya oleh pembaca dengan kritis dan dari responden.

2. *Transferability* (Keteralihan)

Yaitu kriteria menunjukkan derajat ketepatan suatu penelitian, dengan arti kriteria ini dapat digunakan menilai hasil penelitian yang dilakukan dengan kelompok tertentu dan digunakan oleh kelompok lain pada keadaan yang sama.

3. *Dependability* (Kebergantungan)

Adalah ciri-ciri untuk menilai suatu penelitian atau temuan Kualitatif memperlihatkan ketetapan hasil penemuan Ketika dilakukan oleh peneliti yang berbeda dan juga waktu yang berbeda, dengan perbedaan tersebut memiliki kesamaan secara metodologi dan script wawancara yang sama.

4. *Confirmability* (kepastian)

Suatu penelitian Kualitatif memiliki konsep yang transparansi yang artinya kesiapan peneliti membuka secara terbuka terkait proses dan elemen-elemen penelitiannya, yang bertujuan dapat mereview hasil-hasil penelitiannya.

5. *Authenticity* (Keaslian)

Keaslian data merupakan elemen terpenting dalam suatu penelitian, keaslian data harus benar-benar terahasia.

Dari penelitian tersebut penulis menggunakan keabsahan data atau sumber data dari *Account Officer* Bank BPD DIY Syariah KCP UII, dengan menggunakan teknik Observasi, Wawancara, Dokumentasi, yang akan dikumpulkan menjadi satu sumber.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu (sugiono, 2023).

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Kegiatan utama pada setiap penelitian adalah mengumpulkan data. Data yang diperoleh merupakan data Kualitatif

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penelitian kualitatif dalam penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram, dan sejenisnya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank BPD DIY Syariah KCP UII



Gambar 1 Logo Bank BPD DIY Syariah
Sumber: (BPD DIY Syariah KCP UII, 2024)

Bank BPD DIY Syariah merupakan lembaga keuangan Syariah yang mendapatkan kepercayaan untuk menjadi mitra kerja BWI, BWI merupakan Badan Wakaf Indonesia sebagai lembaga mitra keuangan Syariah yang menerima wakaf uang mengenai pengelolaan dan pengembangan wakaf uang, lembaga BWI ini memungkinkan bank BPD DIY Syariah untuk menerima dan mengelola dana wakaf yang bersumber dari masyarakat, yang kemudian digunakan untuk menjalankan berbagai program sosial dan ekonomi yang akan bermanfaat bagi masyarakat luas. Berdirinya bank BPD DIY Syariah memiliki tujuan untuk menjadi solusi dari masalah ekonomi dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Hal ini sudah diatur dalam undang-undang No. 41 Tahun 2004 tentang wakaf, peraturan pemerintah no 42 Tahun 2004 mengenai pelaksanaan wakaf, Fatwa MUI tanggal. Sesuai peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta nomor 2 Tahun 1993 mengenai Bank Pembangunan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, peraturan nomor 11 tahun 1997 dan nomor 7 tahun 2000 dan nomor 4 tahun 2005 BAB VIII pasal 19. Pada pasal tersebut menjelaskan Bank BPD DIY mendapatkan amanat untuk membuka kantor cabang Syariah.

Sesuai dengan amanat yang diberikan oleh Perda, di tanggal 19 februari 2007 Bank BPD DIY Syariah resmi membuka Bank Daerah yang berlandaskan syariat Islam, pada saat itu Bank Syariah diresmikan oleh Gubernur DIY Sri Sultan Hamengkubuwono ke X. kantor pertama BPD DIY Syariah berada di jalan Cik

Ditiro No. 34 Yogyakarta, seiring berjalanya waktu BPD DIY Syariah mengalami renovasi dan beralih kantor operasional berada di jalan Magelang Km 5.5 Sleman Yogyakarta (Setyadi, 2017).

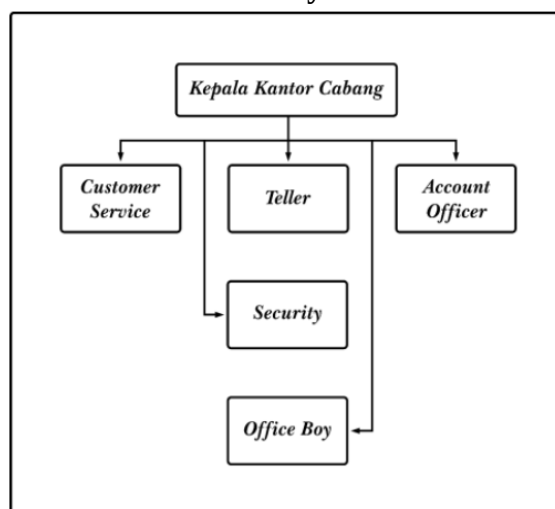
4.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi yang dimiliki oleh BPD DIY Syariah yaitu Mewujudkan terpenuhinya kebutuhan masyarakat Khususnya di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta akan jasa perbankan maupun jasa keuangan lainnya dan serta mendorong program pengembangan ekonomi daerah.

Dalam menjalankan lalu lintas keuangan Bank BPD DIY Syariah juga memiliki misi untuk dapat mencapai kesejahteraan bersama sebagai berikut:

1. Menyediakan solusi bagi masyarakat yang sedang memiliki kebutuhan dengan memberikan pengalaman perbankan yang berkesan
2. Menjalankan prinsip kehati-hatian dan menerapkan bisnis bisnis yang beretika untuk meningkatkan nilai perusahaan
3. Mencapai SDM yang unggul, berintegritas dan profesional
4. Mengembangkan keunggulan kompetitif dengan layanan prima dan produk yang inovatif dengan berbasis budaya untuk *Regional champion* yang berkelanjutan
5. Menjalankan sebagai fungsi agen pembangunan yang fokus mengembangkan sektor UMKM, mendorong pertumbuhan perekonomian daerah dan menjaga lingkungan.

4.3 Struktur Organisasi Bank BPD DIY Syariah KCP UII



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank BPD DIY Syariah KCP UII

Sumber :Sumber: (Wijarnarko, 2024)

1. Kepala cabang Bank BPD DIY Syariah KCP UII dipimpin oleh bapak Rio Wijanarko yang mempunyai kewajiban untuk melakukan pengawasan dan mengkoordinasikan semua kegiatan dan monitoring kegiatan operasional di kantor cabang UII.
2. *Account Officer* dijalankan oleh Bapak Yudha Perkasa yang bertugas untuk melakukan pemasaran kredit, dan bertugas untuk memproses semua pembiayaan yang ada serta mengontrol nasabah pembiayaan.
3. *Customer Service* dijalankan oleh Ibu Ayuk Paramita bertugas untuk membantu nasabah dalam pembukaan rekening, melayani kendala atau masalah mengenai rekening yang dihadapi nasabah serta bertugas membuat akad pembiayaan
4. *Teller* dijalankan oleh Garba Rahmawidi yang bertanggung jawab untuk melayani nasabah dalam transaksi keuangan dan mengoperasikan keuangan, meliputi pembayaran PDAM Tagihan Listrik, PBB, Asuransi, SPP dan pajak Daerah.
5. *Office Boy* di jalankan oleh Santo Harmoko, bertanggung jawab untuk membantu memelihara kebersihan bank dan membantu pengarsipan nota nasabah.
6. *Security* dijalankan oleh Yordan Dhamarisqa, Ibnu Haryanto, Anton Wahyudhi bertanggung jawab untuk menjaga keamanan bank, dan melayani nasabah saat datang dengan ramah.

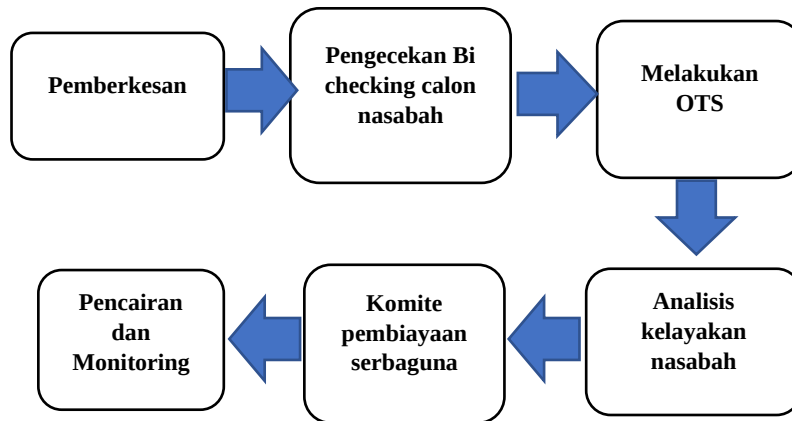
4.4 Deskripsi Data

4.4.1 Pengertian Produk Pembiayaan Serbaguna

Pembiayaan serba guna (PGS) adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip Murabahah dalam rangka memenuhi kebutuhan barang nasabah selain rumah dan kendaraan bermotor. Pembiayaan yang beragam untuk keperluan seperti, pembelian alat-alat rumah tangga, bahan material bangunan, perhiasan. Pembiayaan serbaguna diperuntukan bagi karyawan PNS atau non PNS profesional dan swasta dengan angsuran sesuai kemampuan. Fasilitas yang diberikan untuk nasabah meliputi, margin yang flat atau tetap sehingga tidak

akan berubah sampai pembiayaan lunas, angsuran tetap sesuai dengan kemampuan, dan dapat difasilitasi dengan asuransi jiwa maupun asuransi kerugian, jangka waktu pembiayaan sampai dengan lima tahun (Yudha, 2024)

4.4.2 Alur Pemberian Pembiayaan Produk Serbaguna



Gambar 2 Struktur Organisasi Bank BPD DIY Syariah
Sumber: (Wijanarko Sumber:Sumber: (Wijanarko, 2024)

1. Tahap pemberkasan

merupakan tahap pengumpulan persyaratan berkas oleh calon nasabah dengan sesuai persyaratan yang ditentukan oleh pihak bank yaitu sebagai berikut:

- Fotokopi KTP calon nasabah
- Fotokopi kartu identitas
- Fotokopi kartu keluarga
- Fotokopi surat Keterangan WNI (untuk non pribumi)
- Fotokopi buku tabungan atau rekening koran 3 bulan terakhir
- Fotokopi buku nikah (bagi yang sudah menikah)
- Fotokopi NPWP (bagi pengajuan diatas Rp 100 juta)
- Fotokopi pemilik agunan(SHM, BPKB, DLL)

2. Pengecekan Bi checking

Langkah yang kedua yaitu pengecekan Bi checking nasabah guna untuk melihat permasalahan mengenai pembiayaan calon nasabah, bagi pihak peminjam Bi checking merupakan langkah efektif untuk menunjukkan kredibilitas pengajuan kredit dan kemampuan untuk membayar.

3. Melakukan OTS

Langkah berikutnya melakukan OTS yaitu kunjungan terhadap calon nasabah dengan tujuan untuk melakukan wawancara secara langsung terhadap calon nasabah.

4. Analisis Kelayakan

Langkah berikutnya yaitu analisis kelayakan yaitu bertujuan untuk mengurangi resiko kemungkinan yang akan terjadi dengan menggunakan analisis 5C

5. Komite

Setelah melakukan analisis kelayakan langkah selanjutnya adalah komite yaitu melakukan penelitian kelayakan nasabah dan tanda tangan petugas bank yang melakukan komite.

6. Pencairan dan Monitoring

Langkah terakhir setelah dilakukannya komite yaitu pencairan kepada nasabah dengan menggunakan akad yang ditetapkan, dan langkah selanjutnya melakukan monitoring terhadap nasabah pembiayaan.

4.4.3 Pengertian KUR

Produk KUR atau Kredit Usaha Rakyat merupakan salah satu pembiayaan yang diberikan oleh pemerintah untuk mendukung UMKM sekitar, dengan pelantar bank untuk disalurkan kepada masyarakat yang hanya mempunyai usaha. Produk KUR memiliki bunga atau margin yang rendah sekitar 0,13% dan syarat yang relatif ringan. Program KUR mempunyai 3 jenis yaitu KUR mikro dengan plafon 50 juta, KUR makro dengan Plafon hingga sebesar 500 juta, dan KUR Tani yaitu digunakan untuk pembiayaan sektor tani atau di sektor agribisnis.

4.4.4 Pengertian Swaguna

Produk Pembiayaan Swaguna adalah fasilitas kredit atau pembiayaan yang diberikan kepada karyawan atau pegawai negeri yang sudah bermitra dengan BPD DIY Syariah dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Produk ini biasanya memiliki ketentuan yang lebih fleksibel dan margin yang kecil. Produk Swaguna memiliki sistematis potong gaji dalam setiap bulan untuk pembayaran angsuran yang telah disepakati kedua belah pihak.

4.4.5 FaktorFaktor Yang Menjadi Penyebab Produk Serbaguna Kurang Diminati

Minat merupakan suatu rasa suka atau ketertarikan pada suatu objek dan suatu kegiatan tanpa adanya keterpaksaan. Definisi minat pada hakikatnya adalah menerima suatu hubungan antara diri sendiri dengan orang lain, semakin besar hubungan dan keinginannya semakin kuat pula minat yang tumbuh. Dari definisi tersebut menyimpulkan bahwa mereka yang mempunyai ketertarikan atau minat yang kuat dengan aktivitas tersebut senantiasa memusatkan perhatian tersebut dengan senang hati, karena hal ini berasal dari rasa suka dalam diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain (Fariani et al., 2021).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang UII, produk Serbaguna ini kurang diminati oleh masyarakat karena ada beberapa faktor:

1. Margin Yang Tinggi

Margin merupakan keuntungan persentase yang telah ditentukan oleh pihak bank dan ditetapkan secara perhitungan per tahun, pada dasarnya margin berbeda dengan bunga dikarenakan margin adalah suatu keterkaitan antara dua belah pihak dengan melakukan jual beli berdasarkan persetujuan antara pihak bank dan pihak nasabah dengan menggunakan akad yang sesuai. Terkait hal dari permasalahan yang ada, *Account Officer 2* BPD DIY Syariah KCP UII (Perkasa) memberikan informasi:

“Produk Serbaguna atau biasa disebut dengan pembiayaan umum kurang diminati oleh nasabah karena margin yang didapat sangat besar yaitu sekitar 12% sampai dengan 15%, secara otomatis nasabah akan memilih produk pembiayaan yang memiliki margin yang kecil seperti KUR dan Swaguna” (wawancara personal, Juli 2024)

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Perkasa, salah satu yang menjadikan produk Serbaguna kurang diminati yaitu pada faktor margin yang besar dibandingkan produk yang lain, besarnya margin berdampak pada jumlah nasabah pembiayaan

produk serbaguna yang hingga saat ini terhitung dari tahun 2020 hingga 2024 hanya ada 9 nasabah. Dengan jumlah nasabah yang ada sangat berbanding terbalik dengan produk Swaguna yang sampai saat ini masih diminati oleh nasabah.

2. Agunan Yang Besar

Agunan adalah aset yang diberikan oleh nasabah pembiayaan kepada bank sebagai bentuk tanggung jawab peminjam dengan persetujuan kedua belah pihak. Jika peminjam tidak bisa menunaikan kewajiban yang ditentukan maka otomatis jaminan tersebut akan pindah alih menjadi milik bank (Velentina, 2018).

Terkait dari hal tersebut *Account officer* 2 Perkasa memberikan penjelasan:

“Pada produk pembiayaan Serbaguna ini tidak hanya margin yang besar yang menjadi penyebab kurangnya minat nasabah, tetapi pada agunan yang diberikan oleh bank juga besar yaitu sekitar 125% hal ini terhitung sangat besar dibandingkan agunan produk yang lain” (wawancara personal, Juli 2024).

Dari informasi yang diberikan bahwa agunan atau jaminan yang ada sangat memberatkan nasabah, dan calon nasabah akan enggan dalam memilih produk serbaguna.

3. Kurangnya Strategi Dalam Pemasaran

Kurangnya strategi dalam pemasaran akan berdampak pada signifikan pada penjualan produk, tanpa adanya strategi dalam pemasaran yang efektif calon nasabah tidak akan mengetahui lebih dalam mengenai produk Serbaguna, hal ini dapat berdampak pada penjualan yang rendah karena calon nasabah kurang mengetahui informasi dari produk tersebut.

Terkait hal ini, pimpinan cabang BPD DIY Syariah KCP UII (Wijanarko) menjelaskan

“Produk serbaguna bahwasanya masih satu sistem dengan produk Swaguna, tetapi produk yang diminati nasabah adalah produk swaguna. Maka dari itu kita memfokuskan untuk strategi pemasaran yang kita

lakukan hanya untuk produk Swaguna yang memiliki potensi penjualan yang besar, walaupun terkadang kita tidak lupa untuk melakukan pemasaran produk serbaguna tetapi belum efektif.” (wawancara personal, Juli 2024).

Dari permasalahan topik tersebut (Ishak, 2015) juga memberikan pernyataan bahwasannya pemasaran harus tetap dilakukan secara efisien, karena konsumen agar mengetahui produk-produk yang dijual jika tidak ada pemasaran secara efisien maka konsumen tidak akan membeli suatu produk yang dimiliki

4.4.6 Strategi Penjualan Yang Saat Ini Dilakukan Oleh Bank BPD DIY Untuk Prodok Serbaguna Syariah KCP UII

Strategi Pemasaran Dengan Cara Direct

Strategi pemasaran merupakan rencana yang dirancang oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk mengenalkan suatu produk yang dimiliki perusahaan, dengan strategi pemasaran ini bertujuan agar menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan (Negoro & Wahyudi, 2021). Strategi pemasaran dengan cara direct merupakan pemasaran secara langsung, yang dapat disampaikan oleh konsumen tanpa pembuatan iklan media cetak.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh kepala cabang BPD DIY Syariah KCP UII (wijanarko):

“Saat ini di Bank BPD DIY Syariah KCP UII belum melakukan strategi pemasaran yang efektif terkait produk Serbaguna, kami lebih memprioritaskan pemasaran produk pembiayaan KUR dan Swaguna, mungkin pemasaran yang kita lakukan hanya secara langsung atau pemasaran direct Ketika calon nasabah tidak memenuhi persyaratan dalam pengajuan pembiayaan KUR dan Swaguna maka nasabah akan direkomendasikan dengan produk yang serbaguna” (wawancara personal, Juli 2024).

Dari informasi yang ada bahwasannya pemasaran produk serbaguna di bank BPD DIY Syariah KCP UII masih kurang efektif, pihak bank masih memprioritaskan strategi pemasaran produk KUR dan Swaguna

Terkait hal diatas *Account officer* 3 (Setianingsih) memberikan tambahan:

“Strategi yang dilakukan oleh Bank BPD DIY Syariah KCP UII pada saat ini masih sebatas menawarkan kepada guru, karyawan, dan dosen yang belum menjalin kerja sama dengan mitra” (wawancara personal, Juli 2024)

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Setiangingsih strategi pemasaran yang dilakukan pada bank BPD DIY Syariah KCP UII belum maksimal, karena petugas bank hanya menawarkan kepada guru, dosen, atau karyawan yang belum bekerjasama dengan mitra. Dimana seharusnya pihak bank juga harus melakukan pemasaran secara umum agar masyarakat dapat mengenal produk serbaguna dengan jelas.

4.4.7 Tantangan Utama Yang Dihadapi Bank BPD DIY Syariah Cabang UII Dalam Melakukan Penjualan Produk Serbaguna

Tantangan merupakan keadaan atau kondisi yang menuntut upaya, keterampilan atau keberanian untuk diatasi, tantangan bisa muncul dalam berbagai bentuk, seperti halnya masalah yang harus dipecahkan, hambatan yang perlu dilampaui.

1. Keterbatasan waktu

Keterbatasan pada waktu adalah hambatan yang dialami pada marketing dalam pemasaran produk serbaguna, dimana marketing lebih memanfaatkan waktu untuk memasarkan produk yang ditarget oleh bank.

Sebagaimana yang disampaikan oleh *account officer* 3 (Setianingsih):

“Tantangan terbesar yang kita alami pada saat pemasaran produk Serbaguna yaitu pada keterbatasan waktu, karena kami juga ditarget dalam satu tahun harus menghabiskan kouta kur dan swaguna dimana dalam satu tahun dua produk tersebut harus target, kami lebih memfokuskan pemasaran produk KUR dan Swaguna maka dari itu kami jarang memasarkan produk Serbaguna” (wawancara personal, Juli 2024).

Keterbatasan waktu dalam pemasaran juga sangat berpengaruh, dimana para, marketing memilih memasarkan produk yang diterget oleh atasan. Sedangkan

produk serbaguna ini tidak ada targeting maka dari itu produk serbaguna jarang untuk di pasarkan.

2. Keterbatasan Account Officer

Keterbatasan *Account Officer* (AO) mempengaruhi pemasaran suatu produk karena pada dasarnya dalam satu tim harus ada pembagian pekerjaan, jika pegawai tidak mencukupi maka tugas-tugas pemasaran tidak dapat diselesaikan tepat waktu dan kualitas penjualan tidak bisa diharapkan sesuai harapan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh *Account Officer* 2 (Yudha) terkait keterbatasan *Account Officer*:

“Kantor BPDS DIY KCP UII masih mengalami kekurangan pegawai AO yang mana tidak ada pembagian tugas, di kantor BPD DIY Syariah tugas AO sangat berbeda dengan bank lain, tugas AO di bank lain dibagi dalam tiga tugas orang yang berbeda. Sedangkan di bank BPD DIY Syariah tugas tersebut hanya dijalankan oleh satu orang” (wawancara personal, Juli 2024).

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Yudha bahwa hambatan kurangnya petugas AO berdampak pada pemasaran produk serbaguna, karena tugas AO pada bank BPD DIY Syariah mengemban 3 tugas dalam satu orang, maka dari itu *ACCOUNT OFFICER* menggunakan waktu yang efisien mungkin untuk menyelesaikan tugasnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat faktor-faktor yang dapat menyebabkan kurang minat masyarakat terhadap produk pembiayaan Serbaguna, yaitu margin yang didapat cukup besar sekitar 12-15%, dari margin yang besar berdampak pada tidak lakunya produk pembiayaan Serbaguna. Adapun faktor lain yang sangat berdampak yaitu kurangnya strategi pemasaran suatu produk,
2. Dalam penelitian ini dapat mengetahui pemasaran produk serbaguna yang digunakan sekarang yaitu menggunakan metode direct, direct merupakan pemasaran secara langsung, yang dapat disampaikan oleh konsumen tanpa pembuatan iklan cetak.
3. Tantangan yang dihadapi pada pemasaran produk serbaguna antara lain tantangan pada keterbatasan waktu, karena marketing lebih memilih memasarkan produk KUR dan Swaguna dikarenakan dua produk tersebut memiliki target dalam satu tahun, jika tidak mencapai target maka akan mempengaruhi rate bang. Dan juga tantangan yang kedua yaitu kurang *Account Officer* dalam melaksanakan tugas.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Dalam penelitian ini menemukan permasalahan yang menyebabkan rendahnya minat nasabah terhadap produk pembiayaan serbaguna dikarenakan margin yang ditanggung nasabah terlalu besar, secara otomatis calon nasabah akan memilih produk dengan margin yang kecil seperti KUR dan Swaguna, dari penelitian ini mendapatkan data nasabah pembiayaan produk Serbaguna di Bank BPD DIY Syariah hanya ada 9 nasabah yang terhitung sejak tahun 2020 hingga 2024. Dari permasalahan produk serbaguna ini tidak hanya margin yang besar yang berpengaruh terhadap penjualan di pasaran, dari penelitian ini juga menemukan faktor yang paling penting dalam permasalahan penjualan produk serbaguna yaitu

kurangnya strategi dalam pemasaran produk, di bank BPD DIY Syariah KCP UII masih kurang dalam pemasaran produk Serbaguna, lebih mengedepankan pemasaran di produk KUR dan Swaguna karena dua produk tersebut memiliki target yang harus dipenuhi.

5.2.2 Implikasi Praktik

Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan masukan dalam menyelesaikan masalah pada produk pembiayaan serbaguna di bank BPD DIY Syariah KCP ataupun BPD DIY Syariah yang ada di Jogja

1. Bank BPD DIY Syariah seharusnya mengurangi margin yang ada pada produk serbaguna dan sering mengadakan diskon atau doorprize agar bisa menarik minat nasabah terhadap produk serbaguna, karena faktor yang paling berdampak pada kurangnya minat nasabah terhadap produk serbaguna adalah besarnya margin dan tidak adanya diskon yang didapat.
2. Bank BPD DIY Syariah lebih meningkatkan Kembali pemasaran terhadap produk serbaguna dan adanya targetting agar marketing juga menawarkan kepada nasabah atau instansi yang membutuhkan pembiayaan agar produk serbaguna bisa laku dalam pasar.
3. Seharusnya Bank BPD DIY Syariah harus menambahkan petugas AO di setiap kantor cabang pembantu kelas 2 agar dapat berbagai tugas dalam marketing dan pemrosesan pembiayaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengalami keterbatasan yang dialami sebagai berikut:

1. Keterbatasan pada waktu dikarenakan disaat melakukan wawancara petugas bank sedang sibuk melakukan kewajiban kantor disaat akhir bulan yang menjadikan hanya terbatas dalam melakukan wawancara terhadap petugas bank.
2. Keterbatasan yang dialami oleh penulis yaitu sulitnya dalam mewawancarai petugas AO baru yang tidak paham mengenai produk knowledge pembiayaan Serbaguna BPD DIY Syariah

5.4 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi pemasaran peningkatan penjualan pembiayaan Serbaguna di bank BPD DIY Syariah KCP UII, maka dari itu rekomendasi untuk melakukan penelitian selanjutnya yaitu:

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian bagaimana Strategi meningkatkan penjualan produk pembiayaan Serbaguna pada Bank Syariah dengan menggunakan metode penelitian berbeda yaitu metode penelitian kuantitatif, dengan mencari data menggunakan survai minat masyarakat terhadap produk Serbaguna
2. Peneliti selanjutnya dapat memperbanyak dan memperluas referensi penelitian untuk memperkuat teori dan menentukan model penelitian lain yang sesuai

DAFTAR PUSTAKA

- adhim, F. (2019). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *Jps (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67–83. <https://doi.org/10.46367/jps.V2i1.279>
- Amir, M. F. (2021). Peran Dan Fungsi Otoritas Jasa Keuangan (Ojk) Dalam Sistem Keuangan Di Indonesia (Perspektif Hukum Islam). *Al-Amwal : Journal Of Islamic Economic Law*, 5(1), 59–71. <https://doi.org/10.24256/alw.V5i1.1577>
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Fariani, E., Riyaldi, M. H., & Furda, Y. P. E. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia. *Al-Ahkam: Jurnal Syariah Dan Peradilan Islam*, 1(2), 1–17.
- Ishak, A. (2015). Pentingnya Kepuasan Konsumen Dan Implementasi Strategi Pemasarannya. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Juneda, J. (2019). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pt. Bni Syariah Kc. Parepare. *Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 212–237.
- Lubis, H. (2021). *Lembaga Keuangan Syariah*. Penerbit Nem.
- Negoro, H. A., & Wahyudi, R. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada Kspps Baitut Tamwil Tazakka. *Journal Of Global Business And Management Review*, 3(1), 52–67.
- Octaviani, T. (N.D.). *Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Perbankan Syariah*.
- Oleh, D., & Siwi, A. F. (2022). *Strategi Pemasaran Aplikasi Qris Ultimate Automated Transaction (Quat) Bank Bpd Diy Syariah Kantor Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia*.
- Putri, R. D. (2020). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Periode 2016-2018. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 3(1), 48–56. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.Vol3\(1\).5310](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.Vol3(1).5310)
- Retnawati, H. (2017). *Teknik Pengambilan Sampel*. 1–7.
- Setyadi, H. (2017). Pengelolaan Pengembangan Wakaf Uang Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2006 Pasal 48 Pada Bank Bpd Diy Syariah. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 51–62.
- Sugiono. (2023). *Metode Penelitian*. 2023. [File:///C:/Users/User/Appdata/Local/Microsoft/Windows/Inetcache/Ie/Klsde7r9/2517.%20sugiono%20metode%20penelitian%202023\[1\].Pdf](File:///C:/Users/User/Appdata/Local/Microsoft/Windows/Inetcache/Ie/Klsde7r9/2517.%20sugiono%20metode%20penelitian%202023[1].Pdf)
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss.

- Sundariani, F. (2023). Manajemen Strategi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah. *Jurnal Al Wadiah*, 1(2), 149–163.
<https://doi.org/10.62214/Jaw.V1i2.125>
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Qosim: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61.
- Velentina, R. A. (2018). Kebijakan Pembiayaan Bagi Nelayan Tradisional. *Masalah-Masalah Hukum*, 47(3), 184–197.

DAFTAR LAMPIRAN

Wawancara Pegawai Bank

Bagian 1:

1. Permasalahan apa yang menjadi faktor kurangnya minat nasabah terhadap produk serbaguna?
2. Bisakah anda menjelaskan permasalahan yang ada?
3. Langkah apa yang harus dilakukan terhadap bank untuk menyelesaikan permasalahan yang ada?

Bagian 2:

1. Strategi apa yang digunakan untuk penjualan produk serbaguna dan Bisakah menjelaskan strategi penjualan saat ini yang digunakan oleh Bank BPD DIY Syariah Cabang UII dalam mempromosikan produk pembiayaan Serbaguna Murabahah?

Bagian 3:

1. Tantangan apa yang dialami saat menjual Produk Pembiayaan Serbaguna? Dan Jika ada, apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam menjual produk pembiayaan Serbaguna di BPD DIY Syariah KCP UII?
2. Bagaimana tantangan-tantangan ini berdampak pada kemampuan Anda menarik pelanggan baru?
3. Bagaimana Anda mengatasi tantangan-tantangan yang ada?

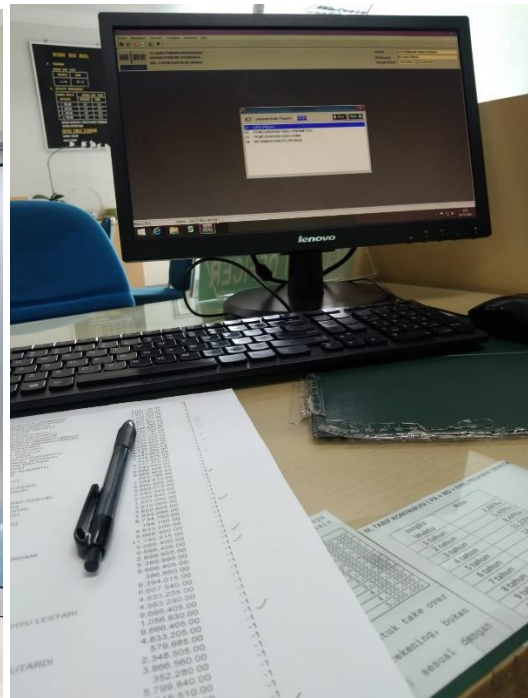
Bagian 4:

1. Berdasarkan interaksi Anda, bagaimana persepsi nasabah secara umum terhadap produk pembiayaan Murabahah yang ditawarkan Bank BPD DIY Syariah Cabang UII?
2. Umpan balik atau kekhawatiran apa yang paling umum Anda terima dari pelanggan mengenai produk ini?
3. Menurut Anda seberapa puas kah nasabah terhadap fitur dan manfaat produk pembiayaan Serbaguna?
4. Apakah Anda menerima saran dari pelanggan tentang cara meningkatkan produk atau pemasarannya?

Bagian 5: Praktik Terbaik dari Bank Islam Lain

1. Apakah Anda mengetahui keberhasilan strategi penjualan yang dilakukan oleh bank syariah lain untuk produk pembiayaan Serbaguna?
2. Bisakah Anda berbagi praktik terbaik atau pendekatan inovatif yang menurut Anda dapat bermanfaat bagi Bank BPD DIY Syariah Cabang UII?
3. Menurut Anda bagaimana praktik terbaik ini dapat diadaptasi agar sesuai dengan konteks spesifik cabang Anda?

Dokumentasi



Surat Keterangan Riset

**BANK  BPD DIY
syariah**

SURAT KETERANGAN MAGANG
No : 0666 / HM 0000

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Bank BPD DIY Cabang Syariah dengan ini menerangkan bahwa:

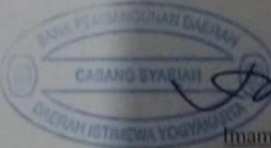
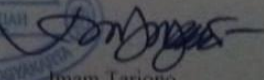
Nama : Aryo Dwi Anggoro
NIM : 20213031
Prodi : Sarjana Terapan Analisis Keuangan
Fakultas : Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas : Universitas Islam Indonesia

Bahwa benar mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan kegiatan magang di PT. Bank BPD DIY Cabang Pembantu Syariah UII selama 6 (enam) bulan, terhitung sejak tanggal **18 September 2023 - 18 Maret 2024**. Selama kegiatan magang tersebut mahasiswa telah melakukan tanggungjawab serta tugas dengan baik.

Demikian surat keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 19 Maret 2024
BANK BPD DIY
CABANG SYARIAH 



Imam Tariono
Pemimpin Bidang Pelayanan dan Operasional

Kantor Pusat: Jl. Tentara Pelajar No. 7 Yogyakarta 55231, Telp. (0274) 561614 (hunting) Fax. (0274) 562303.
Unit Usaha Syariah/Cabang Syariah: Jl. Magelang Km. 5,5 Sinduadi, Mlati, Sleman, Telp.(0274) 550740, 556741, Fax.(0274) 513381

SK 0154

Daftar Riwayat Hidup



ARYO DWI ANGGORO

Mahasiswa semester 8 sarjana Terapan Program Studi Analisis Keuangan Fakultas Bisnis dan ekonomika Universitas Islam Indonesia, IPK 3,54. saya Mahasiswa yang rajin dan terampil dan dapat berkomunikasi dengan lingkungan yang baru, mudah bergaul, serta aktif dalam UKM dan Organisasi Desa

KONTAK

085727677693

PENDIDIKAN

SMP

SMP Negeri 1 Ngaglik
2014-2017

SMA

SMA Negeri 1 Turi
2017-2021

Kuliah

Universitas Islam
Indonesia
2020-2024

PENGALAMAN

Mengikuti

Kepanitiaan HKMY
2022

Ikut serta Organisasi
KOPMA UII

2021

Menjadi panitia RAT
dan Diksar Kopma

2021&2022