

**STRATEGI DIVERSIFIKASI UNTUK MENINGKATKAN
KEUNTUNGAN PRODUK GRIYA iB HASANAH
PADA PT. BNI SYARIAH CABANG BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Usul Penulisan Skripsi
Dalam Bidang Ekonomi Islam (S.E)

Oleh :

RIKI HARMADI
NIM. 1416142224

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN BENGKULU
BENGKULU, 2018 M/ 1440 H**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi dengan judul "Strategi Diversifikasi Untuk Meningkatkan Profitabilitas Produk Griya iB Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juli 2019 M
Dzul Qa'idah 1440H

Yang menyatakan



Riki Harmadi
NIM 1416142224

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Riki harmadi, NIM 1416142224 dengan judul "strategi Diversifikasi Untuk Meningkatkan Keuntungan Produk Griya iB Hasanah Pada PT BNI Syariah Cabang Bengkulu, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munasasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

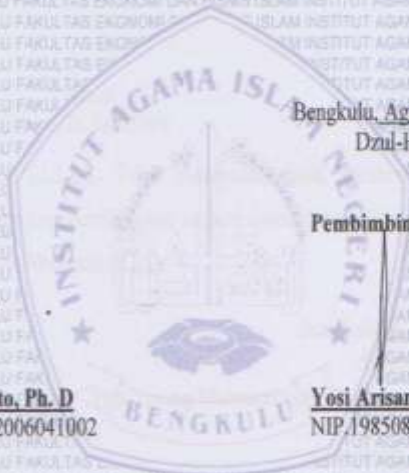
Bengkulu, Agustus 2019 M
Dzul-Hijjah 1440 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Andang Sunarto, Ph. D
NIP. 197611242006041002

Yosi Arisandy, M.M.
NIP.198508012014032001





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: JL. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276.51771 Fax 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul strategi Diversifikasi Untuk Meningkatkan Keuntungan Produk Griya iB Hasanah Pada PT BNI Syariah Cabang Bengkulu, oleh Riki Hamadi NIM : 1416142224, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 26 Juli 2019

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 6 Agustus 2019 M
5 Dzul Hijjah 1441 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Andang Sunarto, Ph. D

NIP. 1976112420006041002

Penguji I

Dr. H. Khairudin Wahid, M.Ag

NIP. 19071141993631002

Sekretaris

Khairiah El Wardah, MA

NIP. 197808072005012008

Penguji II

Eka Sri Wahyuni, SE, MM

NIP. 197705092008012014

Mengetahui,
Dekan

Dr. Asnaini, MA

NIP. 197304121998032003

MOTTO

- ❖ **Setiap hembusan nafas yang diberikan Allah pada kita, bukan hanya berkah tapi juga tanggung jawab.**
- ❖ **Jangan pernah menunggu waktu itu tepat, karena waktu tidak akan pernah tepat.**
- ❖ **Segelintir usaha lebih baik dari pada sejuta angan-angan.**

(Riki Hamadi)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- 1. Kedua orangtuaku tercinta Ayahanda (alusupi) dan Ibunda (sunar wina) yang telah melahirkan, mendidikku, mencurahkan kasih sayang yang tulus, dukungan, motivasi, serta doa yang selalu mengiringi langkahku.*
- 2. Kakak (reni dan wahtyu) dan adik tercinta (sino,tahosy) yang selalu memberikan motivasi dukungan baik moril maupun materil dan selalu mengharapkan keberhasilanku.*
- 3. Seluruh keluargaku yaitu paman, bibi, sepupu dan keponakanku (budi, hari, mukrandi, kasim, marsa, kanar, kurnia, jeli, mita, beni) dan tidak bisa saya sebut satupersatu yang telah memberikan semangat selama aku menempuh pendidikan.*
- 4. Keponakan ku tersayang chayra yang menjadi penghibur di saat sulit ku*
- 5. Seseorang yang special (silvia putri rahayu) yang selama ini selalu memberikan semangat, membantu serta menemani di setiap kondisi apapun sehingga mampu menjadi lebih baik dan membanggakan.*

6. Sahabat-sahabat terbaikku

,mukran,ajib,FazalRonaldo,S.EIrwan setiawan,Ade,widodo, Debis,Faisal,apriansyah,ogik,erwin,dara,miftahul,andi atas kebersamaan, canda, tawa yang selalu kita ciptakan semasa di bangku perkuliahan yang takkan pernah terlupakan.

7. Nenek dan kakek ku tersayang malna,rahima,aliksun(alm),asia(alm) yang tela menjadi penasehat dan penyemangat ku

8. Teman-teman KKN kelompok 04 ds talang tinggi sluma barat 2018 yang telah kita lalui bersama-sama, perjuangan selama 2bulan banyak hal yang telah aku dapatkan. Terimakasih untuk semuanya.

9. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2014 dan Almamaterku tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

ABSTRACT

Diversification Strategy in Increasing the Profitability of Griya iB Hasanah
Products at PT. BNI Syariah Bengkulu Branch
Oleh Riki harmadi, NIM 1416142224

The purpose of this study was to determine the diversification strategy in increasing the profitability of iB Hasanah Griya Products at PT. BNI Syariah BNI Branch and constraints on diversification strategies in increasing the profitability of iB Hasanah Griya Products at PT. BNI Syariah Bengkulu Branch. This study uses a qualitative approach with descriptive methods. Informants in this study were composed of leaders and employees of PT. BNI Syariah Bengkulu Branch. Based on the results of the research and analysis that the author has explained, it can be concluded that the diversification strategy to increase profitability in the iB Hasanah griya products BNI Syariah always provides the best service for customers, attracting the attention of customers by utilizing superior products at BNI Syariah so that customers touched his emotions and felt satisfied with BNI Syariah. Diversification application by making relationships in such a way that customers respond to product offerings based on the level of response both emotionally and that the diversification strategy is designed to be able to increase profitability, especially on iB hasanah products. There were no obstacles in implementing the diversification strategy in increasing the profitability of iB Hasanah Griya Products at PT Bengkulu Branch BNI Syariah because the services provided to customers are still prioritized, because as BNI Syariah employees are required to provide whole-hearted services so that customers are satisfied with the services provided.

Keywords: diversification strategy, profitability, iB Hasanah Griya Products

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan dunia bisnis sangat ketat. Banyak pesaing dengan kualitas terbaik bermunculan memperebutkan hati konsumen. Hal ini tentunya bertujuan untuk menguasai pangsa pasar masing- masing bidang industri yang dijalankan. Keunggulan kompetitif sangat diperlukan jika ingin mendapat perhatian yang maksimal dari konsumen. Menciptakan persepsi positif suatu produk kepada konsumen merupakan faktor penting untuk menunjang keberhasilan produk tersebut. Persepsi positif yang telah tertanam di benak konsumen membuat konsumen dengan mudah menyisihkan sebagian pendapatannya untuk membeli suatu produk yang diinginkannya.

Lembaga keuangan dalam dunia keuangan bertindak selaku lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya, di mana pada umumnya lembaga ini diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah. Bentuk umum dari lembaga keuangan ini adalah termasuk perbankan, *building society* (sejenis koperasi di Inggris), *Credit Union*, pialang saham, aset manajemen, modal ventura, koperasi, asuransi, dana pensiun, dan bisnis serupa lainnya. Di Indonesia lembaga keuangan ini dibagi kedalam 2 kelompok yaitu lembaga

keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank (asuransi, pegadaian, dana pensiun, reksa dana, dan bursa efek).¹

Perbankan syariah senantiasa mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dari berbagai aspek. Data Bank Indonesia (BI) menyebutkan bahwa sampai dengan akhir tahun 2013, pertumbuhan aset Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) mencapai 31.8 persen dengan pangsa pasar (market share) yang terus mengalami peningkatan hingga mencapai 4.8 persen. Hal ini di dorong oleh permintaan masyarakat Indonesia akan Islamic product sebagai alternatif dalam menggunakan jasa perbankan yang semakin meningkat.²

Masyarakat baik individu mau pun badan usaha semakin banyak yang menaruh simpanan dan investasi pada bank syariah. Dapat dilihat dari peningkatan nominal DPK yang dihimpun berupa giro, tabungan dan deposito meningkat tiap tahunnya. DPK yang dihimpun BUS dan UUS hingga Desember 2013 tercatat meningkat hingga mencapai Rp183 triliun. Begitu pula dengan nilai pembiayaan yang meningkat dari tahun sebelumnya, sehingga pada tahun 2013 mencapai Rp 184 triliun. Volume pembiayaan yang melebihi volume DPK menunjukkan bahwa perbankan syariah tetap berkomitmen untuk menggerakkan sektor rill dan mengoptimalkan pencapaian tersebut.³

¹ Susilo, dkk. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta : Salemba Empat, 2009), h. 80

² Veithzal Rivai, *Financial Institution Management* (Jakarta: Raja Grafindo, 2013), h. 494

³ Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Andi, 2015), h. 144

Diversifikasi merupakan bagian dari sebuah strategi korporat yang dilakukan demi meningkatkan jumlah penjualan melalui sistem produk baru dan juga pasar baru. Dengan menggunakan cara ini, maka mudah bagi pemilik bisnis untuk mengembangkan dan memperluas usaha untuk masuk menuju segmentasi pasar baru dari sebuah industri bisnis yang ada ataupun berinvestasi pada bisnis yang tengah menjanjikan baik yang berasal dari luar area bisnis yang sebelumnya telah dimasuki oleh perusahaan.

Saat ini, pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat. Pangsa pasar perbankan syariah per April 2015 mencapai 5%, dalam lima tahun terakhir pertumbuhan per tahun rata-rata mencapai 33,2%. Bank sentral sendiri yakin bila trennya terus berlanjut dalam sepuluh tahun ke depan pangsa pasar perbankan syariah bisa mencapai 15-20%. Kondisi perbankan syariah yang semakin tumbuh berpengaruh pada peningkatan ekspansi pembiayaan pada tahun 2015. Di samping itu, fungsi bank sebagai lembaga keuangan untuk menyalurkan dana kepada peminjam yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan dan semakin kompleksnya kebutuhan pendanaan baik yang bersifat modal, investasi maupun konsumsi dari masyarakat dan korporasi mengakibatkan pembiayaan perbankan syariah pun semakin berkembang.⁴

BNI Syariah pada tahun ini berusaha meningkatkan rasio profitabilitas. Hal ini berkaca pada realisasi kinerja BNI syariah dan unit usaha syariah sampai Juni 2018. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sampai

⁴ Santoso, Ruddy Tri, Mengenal Dunia Perbankan (Solo: Andi, 2006), h. 43

semester I 2018, rasio profitabilitas atau *return on asset* (ROA) bank syariah tercatat 1,37% atau naik 27 bps secara tahunan atau *year on year* (yoy) dibandingkan periode sama tahun 2017 yang sebesar 1,1%. Keuntungan yang di dapatkan Bank BNI syariah per 31 Maret 2019 sebesar 135.119.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti di BNI Syariah Kota Bengkulu pada tanggal 5 November 2018 dengan melakukan wawancara kepada bapak Novrianda bahwa profit bank sering tidak stabil dan selalu berbeda setiap tahunnya kadang mengalami peningkatan dan kadang mengalami penurunan. Untuk mengatasi hal tersebut maka pihak bank harus memiliki strategi khusus agar profit tetap stabil.⁵ Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Diversifikasi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Produk Griya iB Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi diversifikasi dalam meningkatkan profitabilitas Produk Griya iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu?
2. Apa kendala strategi diversifikasi dalam meningkatkan profitabilitas Produk Griya iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

⁵ Wawancara Kepada Bapak Novrianda tanggal 5 November 2018

Berdasarkan rumusan masalah masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Strategi diversifikasi dalam meningkatkan profitabilitas Produk Griya iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu
2. Kendala strategi diversifikasi dalam meningkatkan profitabilitas Produk Griya iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Untuk menambah wawasan dan memperkaya pengetahuan tentang strategi bersaing pada perusahaan sehingga dapat dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan

2. Kegunaan Praktis

- a. Untuk Perusahaan, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan sumbangan informasi bagi perusahaan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi bersaing.
- b. Untuk Akademik, diharapkan memberikan khasanah perpustakaan dan tambahan referensi bagi pembaca.
- c. Untuk Nasabah, dapat menjadi bahan pertimbangan penerapan meningkatkan profitabilitas.

E. Penelitian Terdahulu

Ita Yuliana dengan judul Analisis Profitabilitas Untuk Mengukur Tingkat Efektifitas Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Pada PT. Teja Sekawan Cocoa Industries Surabaya (Skripsi Universitas Airlangga).

Penelitian ini merupakan hasil studi kasus pada perusahaan coklat PT. Teja Sekawan Cocoa Industries Surabaya dengan Judul: Analisis Profitabilitas Untuk Mengukur Tingkat Efektifitas Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Pada PT. Teja Sekawan Cocoa Industries Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja manajemen dalam menerapkan strategi pemasaran yang dipakai oleh perusahaan dan mengetahui hasil analisis profitabilitas untuk mengukur tingkat keberhasilan dalam menggunakan strategi pemasaran selama ini serta dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai masukan untuk pengambilan keputusan perusahaan dalam membuat suatu rencana strategi pemasaran untuk kelangsungan hidup perusahaan kedepannya. Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah apakah strategi pemasaran yang diterapkan mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan menggunakan analisis profitabilitas yang terdiri dari *rasio Gross Profit Margin (GPM)*, *Operating Profit Margin (OPM)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Return On Investment (ROI)* dan *Return On Equity (ROE)*, sedangkan untuk perencanaan strategi dengan menggunakan matrik SWOT untuk menghasilkan empat set alternatif strategi dengan proses mempertemukan antara kesempatan lingkungan eksternal dan internal perusahaan dengan kemampuan perusahaan pada tingkat resiko yang dapat diterima. Hasil dari analisis profitabilitas selama tiga periode mengalami hasil yang fluktuatif

namun demikian mengalami kenaikan dari tahun 2003-2005 kurang lebih 3,78% -6,19% dan mengalami penurunan yang tidak begitu drastis kurang lebih 1%-2 %. Sedangkan hasil matrik SWOT, alternatif strategi yang didapat adalah Product Development Strategy. Dari hasil kedua analisis tersebut kondisi keuangan perusahaan cukup baik tidak terlalu buruk dan hasil dari alternatif strategi lebih menguntungkan perusahaan dengan sesuai situasi dan kondisi yang dihadapi saat serta sesuai dengan rencana jang panjang perusahaan kedepanya untuk menambah produksi siap saji.

Cahyo dengan judul Analisis Strategi Diversifikasi Untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif Pada PT. Gilang Wisata Perkasa Kota Probolinggo (Jurnal Ekonomi Manajemen Vol 2 No.3). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi diversifikasi pada PT Gilang Wisata Perkasa agar dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui penerapan strategi diversifikasi pada PT Gilang Wisata Perkasa Kota Probolinggo adalah menggunakan analisis SWOT yang mengacu pada analisis eksternal perusahaan (EFAS) dan internal perusahaan (IFAS), kemudian menggunakan model Matrix Internal Eksternal untuk merumuskan strategi diversifikasi yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan. Dalam analisis eksternal perusahaan (EFAS) ditemukan 7 peluang dan ancaman, dan dalam analisis internal perusahaan (IFAS) ditemukan 7 kekuatan dan kelemahan yang masing-masing diberikan bobot dan rating. Dari pemberian bobot dan rating tersebut didapat total skor dari EFAS sebesar 1,97 dan total skor dari IFAS sebesar 2,43. Total skor tersebut dirumuskan dengan

model Matrix Internal Eksternal, dan didapat bahwa titik perpotongan antara garis EFAS dan IFAS terletak pada sel strategi diversifikasi konglomerat. Dari hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa strategi yang sebaiknya dilakukan oleh PT Gilang Wisata Perkasa pada saat ini sebaiknya mengarah kepada diversifikasi konglomerat. Hal ini melihat bahwa perusahaan pada saat ini memiliki kondisi internal pada tingkat rata-rata dan kondisi eksternalnya yang tergolong rendah. Untuk menciptakan keunggulan kompetitif, perusahaan sebaiknya mampu untuk meminimalisir biaya diversifikasi, peka dalam menanggapi perubahan situasi pembeli, menciptakan rantai nilai yang dapat menjadi keunikan bagi perusahaan dan menciptakan nilai-nilai baru pada unit bisnis baru dari diversifikasi yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Moses (*International Journal Management*) dengan judul *Diversification Strategies In The Banking Industry In Kenya*. Penelitian ini mengungkapkan bahwa tiga jenis strategi (diversifikasi horizontal, vertikal diversifikasi dan diversifikasi geografis) lazim dalam perbankan industri di Kenya. Tetapi strategi yang paling banyak digunakan adalah diversifikasi horizontal yang diikuti oleh diversifikasi geografis. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa bank adalah menggunakan berbagai strategi diversifikasi dalam industri agar dapat bersaing dalam pasar. Mengenai manfaat diversifikasi bank, tercatat bahwa manfaatnya termasuk lebih besar potensi pertumbuhan pendapatan, peningkatan kinerja saluran distribusi, risiko kontrol, akuisisi teknologi baru, dan perubahan fokus bisnis. Pembelajaran menyimpulkan bahwa ada sejumlah

manfaat dari diversifikasi bank yang tersedia untuk bank komersial tetapi peningkatan kompetensi / kemampuan inti bukanlah salah satu dari manfaat yang signifikan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui Strategi Diversifikasi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya⁶. Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk memperoleh deskripsi Strategi Diversifikasi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari bulan September 2018 s/d Februari 2019

b. Lokasi Penelitian

⁶Sukardi. *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h.78

Sesuai dengan judul yang penulis ajukan dan supaya terfokus pada ruang lingkup penelitian, sehingga lebih terarah maka untuk memperoleh data yang berkaitan dengan permasalahan yang ada maka penulis mengambil lokasi penelitian di PT. Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu yang berlokasi di Pintu Batu Kota Bengkulu.

3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari karyawan PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu. Sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan oleh peneliti, wawancara kepada karyawan PT. BNI Syariah cabang Bengkulu berjumlah 8 orang terdiri dari pimpinan dan karyawan PT. BNI Syariah cabang Bengkulu.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung atas permasalahan yang akan dibahas, yang diperoleh dari PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu seperti profil tentang bank, data informan

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis akan mengumpulkan data dengan memperoleh dua sumber data. Teknik dilakukan dengan:

a. Observasi

Observasi adalah penelitian atau pengamatan secara langsung kelapangan untuk mendapatkan informasi dan mengetahui permasalahan yang di teliti. Observasi menurut kenyataan yang terjadi di lapangan dapat di artikan dengan kata kata yang cermat dan tepat apa yang di amati, mencatatnya kemudian mengelolanya dan di teliti sesuai dengan cara ilmiah. Dalam hal ini peneliti akan mengadakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung, melalui pengamatan di lapangan terhadap aktivitas yang akan di lakukan untuk mendapat kan data tertulis yang di anggap relevan.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi secara respon antara penanya dan narasumber yang bertujuan untuk mendapatkan informasi. Dalam hal ini peneliti mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pimpinan dan karyawan PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan untuk merekam dan menyimpan berbagai data penting yang di hasilkan oleh kegiatan. Kegiatan dokumentasi pada penelitian di gunakan untuk mendapatkan gambar atau foto pada saat melakukan penelitian.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mendapatkan data penelitian. Instrumen pada penelitian ini adalah pedoman wawancara.

5. Informan penelitian

Informan penelitian adalah orang memberikan informasi pada saat penelitian. Pada penelitian ini, informan penelitian terdiri dari pimpinan dan karyawan PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu.

Tabel 4.1
Informan Penelitian

No.	Nama	Keterangan
1	Rapika Sumanti	Karyawan BNI Syariah
2	Aditya Muhlizar	Karyawan BNI Syariah
3	Novan Zaman	Karyawan BNI Syariah
4	Novrianda	Karyawan BNI Syariah
5	Harison	Nasabah BNI Syariah
6	Nawarman	Nasabah BNI Syariah
7	Oktora	Nasabah BNI Syariah
8	Khofifah	Nasabah BNI Syariah
9	Royani	Nasabah BNI Syariah
10	Tita Melina	Nasabah BNI Syariah
11	Andini	Nasabah BNI Syariah
12	Herawati	Nasabah BNI Syariah
13	Zainal	Nasabah BNI Syariah
14	Kardi	Nasabah BNI Syariah
15	Intan	Nasabah BNI Syariah

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis interaksi, di mana komponen reduksi data dan sajian data dilakukan bersamaan proses pengumpulan data. Tiga tahap dalam menganalisa data, yaitu:⁷

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambar yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data juga dapat dibantu dengan menggunakan peralatan elektronik.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apa

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 247

bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan yang kredibel.

G. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang berisi alasan peneliti melakukan penelitian tentang judul yang telah dipilih, rumusan masalah yaitu permasalahan yang akan diteliti, tujuan penelitian yaitu tujuan peneliti melakukan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II terdiri dari landasan teori tentang strategi dan profitabilitas

Bab III terdiri dari gambaran umum tempat penelitian yaitu tentang PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu.

Bab IV terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan.

Bab V terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan.⁸

Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat. Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.⁹

⁸Stephanie K Marrus, *Building The Strategic Plan: Find Analyze, And Present The Right Information* (USA: Wiley, 2012), h.109

⁹Sondang Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 320

Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Jadi apabila disimpulkan dari beberapa definisi di atas maka strategi perusahaan adalah gabungan dari kegiatan yang direncanakan dan reaksi untuk mengantisipasi persaingan dan perkembangan yang tidak terduga.

B. Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik. Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
- c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.

- d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- e. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.¹⁰

C. Jenis-Jenis Strategi

Banyak organisasi menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh. Di perusahaan yang besar dan terdiversifikasi, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Juga, organisasi yang berjuang untuk tetap hidup mungkin menggunakan gabungan dari sejumlah strategi defensif, seperti divestasi, likuidasi, dan rasionalisasi biaya secara bersamaan. Jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut:

a. Strategi Integrasi

Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan / atau pesaing.¹¹

b. Strategi Intensif

Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha

¹⁰Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen*, (Jakarta: Bayumedia Publishing, 2015), h. 90

¹¹Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen...*, h. 90

intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

c. Strategi Diversifikasi

Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.

d. Strategi Difensif

Disamping strategi integrative, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Rasionalisasi Biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut sebagai strategi berbalik (*turnaround*) atau reorganisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya terbatas dan menghadapi tekanan dari para pemegang saham, karyawan dan media.¹²

¹²Sondang Siagian, *Manajemen Strategik...*, h. 328

Divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Divestasi dapat menjadi bagian dari strategi rasionalisasi biaya menyeluruh untuk melepaskan organisasi dari bisnis yang tidak menguntungkan, yang memerlukan modal terlalu besar, atau tidak cocok dengan aktivitas lainnya dalam perusahaan.

Likuidasi adalah menjual semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. Namun, barangkali lebih baik berhenti beroperasi daripada terus menderita kerugian dalam jumlah besar.

e. Strategi Umum Michael Porter

Menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan

menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.¹³

D. Strategi Diversifikasi

a. Pengertian Strategi Diversifikasi

Pada dasarnya strategi diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang penting di dalam meningkatkan volume penjualan. Strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.¹⁴ Diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu:

1) Diversifikasi Konsentris

Dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran, teknologi dengan produk yang sudah ada.

2) Diversifikasi Horisontal

Dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

3) Diversifikasi Konglomerat

Dimana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

¹³David, *Manajemen Strategis*, (Salemba Empat, 2016), h. 29

¹⁴Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-3, (Yogyakarta: ANDI, 2007), h. 132.

Diversifikasi sebagai suatu bagian daripada strategi produk ialah perluasan pengembangan barang dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan, dengan jalan penambahan produk atau jasa yang baru. Yang dimaksud baru, yakni di dalam rangka pengembangan barang yang ada. Dalam hal ini, dibedakan antara diversifikasi *praktis*, yang berarti peningkatan jumlah warna, model, ukuran, dan sebagainya, dengan diversifikasi *strategis*, yang mengandung konsekuensi produk *yang sama sekali berlainan*.¹⁵

b. Tujuan Pengembangan Strategi Diversifikasi

Tujuan yang sangat mendasari strategi diversifikasi produk yaitu untuk memperkecil adanya sebuah resiko ataupun kemungkinan-kemungkinan yang terjadi pada sebuah perusahaan. Jika ada produk dengan inovasi baru yang dihasilkan akan membuat konsumen lebih tertarik dan mengkonsumsinya. Selain itu dengan strategi diversifikasi produk ini dapat memberikan banyak pilihan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Secara garis besar, strategi diversifikasi dikembangkan dengan berbagai tujuan diantaranya yaitu:

- 1) Meningkatkan pertumbuhan bila pasar atau produk yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam *Product Life Cycle (PLC)*.
- 2) Menjaga stabilitas, dengan jalan menyebarkan fluktuasi laba.
- 3) Meningkatkan kredibilitas di pasar modal.¹⁶

¹⁵ R.S.H.J.Nijman, S.E Van Der Wolk, *Strategi Pemasaran Modern*, (Jakarta: Erlangga, 2007), h. 139

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...*, h. 132.

c. Bentuk Diversifikasi

1. Diversifikasi Vertikal

Bentuk diversifikasi vertikal merupakan diversifikasi dari atas ke bawah. Dapat dilihat dari gambar diatas, bahwa setiap perusahaan secara bebas memasarkan produknya (tidak harus ke bawahnya). Misalnya perusahaan peternakan tidak harus hanya menjual hasil ternaknya ke perusahaan kulit milik orang lain, dapat juga ke perusahaan olahan kulit yang lainnya bahkan pesaing. Kemudian usaha toko juga tidak terpaku hanya menjual produk sepatu perusahaan anda, dapat saja menjual produk tersebut ke pesaing.

2. Diversifikasi Horizontal

Tidak sama dengan vertial, diversifikasi horizontal merupakan membagi usaha anda baik konsentris dan konglomerasi (masing-masing dijelaskan dibawah) kesamping. Yang artinya bahwa masing-masing unit produksi/usaha mempunyai tingkatan dan derajat yang sama, yang menjadi pembeda adalah target pasar dan kebutuhan calon pembeli. Di gambar diatas, menggambarkan perusahaan anda memproduksi tiga jenis barang yang berbeda, tentu saja kebutuhan calon pembeli yang berbeda.¹⁷

f. Manfaat Strategi Diversifikasi

Manfaat strategi diversifikasi yaitu:

¹⁷ R.S.H.J.Nijman, S.E Van Der Wolk, *Strategi Pemasaran Modern...*, h. 143.

1. Perusahaan dapat mengerahkan *full capacity* karena tidak tergantung pada satu macam produk.
2. Dapat memaksimalkan profitnya dengan cara mengadakan ekspansi penisahaan.
3. Penemuan-penemuan baru yang menguntungkan bagi calon konsumen.
4. Dengan mengadakan strategi diversifikasi produk, perusahaan tidak bergantung pada satu pasar saja.

g. **Strategi diversifikasi**

Strategi diversifikasi merupakan bagaimana perusahaan melakukan pembagian produknya, apakah dengan produk/usaha yang berkaitan atau sama sekali berbeda. Strategi diversifikasi dibedakan menjadi dua, yaitu konsentris dan konglomerasi:

1. Strategi diversifikasi konsentris adalah strategi menambahkan produk baru yang masih ada hubungannya dalam hal kesamaan teknologi, fasilitas bersama, atau jaringan pemasaran yang sama dengan produk yang ada sekarang ini.
2. Strategi diversifikasi konglomerasi adalah strategi menambahkan produk baru yang dipasarkan pada pasar baru yang tidak berhubungan dengan yang ada sekarang ini. Supaya berjalan efektif, terdapat beberapa pedoman strategi diversifikasi konglomerasi untuk diikuti, yakni Terjadi penurunan penjualan dan keuntungan, Kemampuan manajerial dan modal untuk

berkompetisi pada industri baru, tercipta sinergi yang finansial antar dua perusahaan (yang mengakuisisi dan yang diakuisisi) untuk produk sekarang ini yang telah jenuh., Terdapat peluang untuk memperoleh bisnis baru yang tidak berhubungan tetapi mempunyai peluang investasi yang menarik dan Terdapat tindakan antitrust atas bisnis yang terkonsentrasi pada bisnis tunggal.¹⁸

h. Faktor Yang Mendorong Strategi Diversifikasi

Adapun beberapa faktor yang mendorong perusahaan melaksanakan strategi diversifikasi yaitu:

1. Hasrat untuk menyesuaikan produk dengan keinginan konsumen secara optimal.
2. Hasrat untuk bertumbuh.
3. Usaha mencapai stabilitas.
4. Usaha mencapai “*input*” yang optimal daripada sumber dan kapasitas.
5. Hasrat untuk kelanjutan usaha.
6. Motif non ekonomi.¹⁹

E. Profitabilitas

a. Pengertian *Profitabilitas*

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya semesteran,

¹⁸ R.S.H.J.Nijman, S.E Van Der Wolk, *Strategi Pemasaran Modern...*, h. 143.

¹⁹ R.S.H.J.Nijman, S.E Van Der Wolk, *Strategi Pemasaran Modern...*, h. 143.

triwulan dan lain-lain), untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien.²⁰

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. *Profitabilitas* terdiri dari imbal hasil atas investasi untuk menilai imbalan keuangan kepada penyedia pendanaan ekuitas dan utang, kinerja operasi untuk mengevaluasi margin laba dari aktivitas operasi dan pendayagunaan asset (*asset utilization*) untuk menilai efektifitas dan intensitas asset dalam menghasilkan penjualan juga disebut perputaran (*turnover*).²¹

Rasio *profitabilitas* ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio *profitabilitas* maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.²²

Rasio *profitabilitas* akan menunjukkan kombinasi efek dari likuiditas, manajemen aktiva dan hutang pada hasil-hasil operasi. Rasio *profitabilitas* ini mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh hubungannya dengan penjualan maupun

²⁰Asnaini, Evan Stiawan, Windi Asriani, *Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta: Teras, 2012), h.96

²¹K.R.Subramanyam, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), h.38

²²Irham Fahmi, *Analisis Kinerja Keuangan*, (Bandung: ALFABETA, 2014), h.68

investasi.²³ Rasio *profitabilitas* mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.²⁴

b. Pengukuran Tingkat *Profitabilitas*

Ada beberapa pengukuran terhadap *profitabilitas* perusahaan dimana masing-masing pengukuran dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva dan modal sendiri. Secara keseluruhan ketiga pengukuran ini akan memungkinkan seorang penganalisa untuk mengevaluasi tingkat *earning* dalam hubungannya dengan volume penjualan, jumlah aktiva dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan.²⁵

Disini perusahaan ditekankan pada *profitabilitas*, karena untuk dapat melangsungkan hidupnya. Suatu perusahaan haruslah berada dalam keadaan menguntungkan atau *profitable*. Tanpa adanya keuntungan akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditur, pemilik perusahaan dan terutama sekali pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan ini, karena disadari betul betapa pentingnya arti keuntungan bagi masa depan perusahaan.²⁶

²³Irham Fahmi, *Pengantar Manajemen ...*, h.80

²⁴I Made Sudana, *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktik*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h.22

²⁵Lukman Syamsuddin, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2013), h.59

²⁶Lukman Syamsuddin, *Manajemen Keuangan ...*, h.59

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *profitabilitas* diantaranya adalah:

- a. *Gross Profit Margin*
- b. *Operating Profit Margin*
- c. *Net Profit Margin*
- d. *Return On Assets*
- e. *Return On Equity*
- f. *Return On Investment*
- g. *Earning Per Share*

Dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan dua indikator pengukuran *profitabilitas*, yaitu:

1. ROA (*Return on Assets*)

adalah rasio antara laba bersih terhadap total aktiva. ROA (*Return on Assets*) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan.²⁷

Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan atau

²⁷Lukman Syamsuddin, *Manajemen Keuangan ...*, h.63

ditempatkan. Semakin tinggi tingkat laba maka akan semakin tinggi pula *return on assetnya* (ROA), karena hasil pengembalian terhadap jumlah harta dapat dipergunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada dalam perusahaan.²⁸

ROA (*Return on Asset*) menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya.²⁹

2. ROE (*Return on Equity*)

adalah rasio laba bersih terhadap ekuitas. Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Dibeberapa referensi disebut juga dengan rasio total *asset turnover* atau perputaran total asset.³⁰ Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan

²⁸Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan ...*, h.157

²⁹I Made Sudana, *Manajemen Keuangan ...*, h.22

³⁰Irham Fahmi, *Pengantar Manajemen ...*, h.82

mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas.³¹

ROE (*Return on Equity*) merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. Secara umum tentu saja semakin tinggi return atau penghasilan yang diperoleh semakin baik kedudukan pemilik perusahaan.³²

Dalam ekuitas, investor tidak memiliki klaim atas *payyofs* yang telah ditentukan sebelumnya. Sebaliknya, investor ekuitas mencari dua *payyofs* utama (tidak pasti) pembayaran dividen dan kenaikan modal. Kenaikkan modal menandakan perubahan nilai ekuitas, yang pada akhirnya ditentukan oleh dividen masa depan.³³

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien

³¹Irham Fahmi, *Pengantar Manajemen ...*, h.82

³²Lukman Syamsuddin, *Manajemen Keuangan...*, h.64

³³K.R.Subramanyam, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), h.43

penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.³⁴

c. Landasan Al-Qur'an Mengenai *Profitabilitas*

Dalam ekonomi Islam laba atau keuntungan ialah tambahan pada modal pokok perdagangan atau dapat juga dikatakan sebagai tambahan nilai yang timbul karena barter atau ekspedisi dagang. Al-Qur'an telah menerangkan mengenai istilah ini melalui firman-Nya, dalam QS. Al-Baqarah (1) : (16)

تَجْمَا رَتْهُمُ رِبِحَتْ فَمَا بِأَهْدَى الضَّلَالَةَ اشْتَرَوْا الَّذِينَ أَوْلِيَّكَ
مُهْتَدِينَ أَكَانُوا وَمَا

Artinya: “Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah orang beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk”.³⁵

Dalam surat Al-Baqarah ayat 16 diatas menjelaskan bahwa orang-orang munafik dengan sifat-sifat yang buruk seperti diatas, merupakan orang-orang yang salah pilih. Mereka menolak petunjuk dan jalan yang lurus, memilih jalan kesesatan dan hawa nafsu. Akhirnya, pilihan itu merugikan mereka sendiri karena mereka tidak mau lagi menerima kebenaran. Jadi, orang munafik itu menukarkan hidayah (petunjuk) dengan dhalalah (kesesatan), hasilnya mereka kehilangan petunjuk dan memperoleh kesesatan. Petunjuk yang semula mereka miliki itu

³⁴I Made Sudana, *Manajemen Keuangan ...*, h.22

³⁵Al-Hikmah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV.Penerbit Diponegoro, 2010), h.3

ialah berupa kesediaan manusia untuk menanggapi kebenaran dan mencapai kesempurnaan. Kesediaan ini bagaikan modal pokok. Modal inilah yang lenyap dari tangan mereka, oleh karena itu mereka tidak akan mendapatkan untung dan tidak dapat petunjuk lagi.³⁶

Salah satu hadist Nabi yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari, yaitu “Bahwasannya Nabi saw memberinya uang satu dinar untuk dibelikan kambing. Maka dibelikannya dua ekor kambing dengan uang satu dinar tersebut, kemudian dijualnya yang seekor dengan harga satu dinar. Setelah itu ia datang kepada Nabi saw dengan membawa satu dinar dan seekor kambing. Kemudian beliau mendo’akan semoga jual belinya mendapat berkah. Dan seandainya uang itu dibelikan tanah, niscaya mendapat keuntungan pula”. Dalam hadist tersebut dapat dipahami bahwa diperbolehkannya mengambil keuntungan yang sebanyak-banyaknya, dengan cara meminimalkan modal yang dikeluarkan. Sehingga, tujuan dari perdagangan yaitu untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dapat cepat terwujud.

F. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah terdiri atas dua kata, yaitu bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak

³⁶ <http://www.ibnukatsironline.com/2014/08/tafsir-surat-al-baqarah-ayat-16.html> diakses pada hari selasa 5 Februari 2019

yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak yang lain untuk penyimpangan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.³⁷

Bank umum syariah adalah bank syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya, bukan merupakan bagian dari bank konvensional. Beberapa contoh bank umum syariah adalah: Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mega, Bank Syariah Bukopin, Bank BCA Syariah, dan Bank BRI Syariah.³⁸

Secara umum, pengertian Bank Syariah (*Islamic Bank*) adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut entitas bank Islam, selain istilah bank Islam itu sendiri, yaitu bank tanpa bunga (*interest-free bank*), bank tanpa riba (*lariba bank*), dan bank syariah (*shari'a bank*). Di bawah ini dikemukakan beberapa pengertian bank Islam, yaitu sebagai berikut:

- a. Karnaen Perwataadmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, memberikan definisi bank Islam sebagai berikut: Bank Islam adalah bank beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yakni bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tatacara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu dijauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi

³⁷Zainuddin. 2012. *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Rineka Cipta), h. 1.

³⁸Ismail. 2015. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group., h. 33

dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

- b. Warkum Sumitro mendefinisikan bank Islam sebagai berikut: bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalah secara Islam, yakni dengan mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Quran dan Al-Hadist. Di dalam operasionalisasinya, bank Islam harus mengikuti dan atau berpedoman kepada praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah, bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya tetapi tidak dilarang oleh Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha baru sebagai hasil ijtihad para ulama atau cendekiawan muslim yang tidak menyimpang dari ketentuan al-Quran dan al-Hadis.
- c. M. Amin Aziz mengenai pengertian bank Islam sebagai berikut: bank Islam (bank berdasarkan syariah Islam) adalah lembaga perbankan yang menggunakan sistem dan operasinya berdasarkan syariah Islam. Ini berarti operasi perbankan mengikuti tata cara berusaha maupun perjanjian berusaha berdasarkan al-Quran dan Sunnah Rasul Muhammad SAW dan bukan tata cara dan perjanjian berusaha yang bukan dituntun oleh al-Quran dan Sunnah Rasul Muhammad SAW. Dalam operasinya bank Islam menggunakan sistem bagi hasil penimbangan lainnya yang sesuai dengan syariat Islam, tidak menggunakan bunga.

d. Cholil Uman mengartikan yang dimaksud dengan bank Islam dan membandingkan dengan bank non Islam, sebagai berikut: Bank Islam adalah sebuah lembaga keuangan yang menjalankan operasinya menurut hukum Islam. Sudah tentu bank Islam tidak memakai sistem bunga, sebab bunga dilarang oleh Islam. Sedangkan bank non Islam adalah sebuah lembaga keuangan yang berfungsi utamanya menghimpun dana untuk disalurkan kepada yang memerlukan dana guna investasi dalam usaha-usaha yang produktif dan lain-lain dengan sistem bunga.³⁹

Pengabungan dua kata dimaksud, menjadi “bank syariah”. Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah biasa disebut *Islamic banking* atau *interest free banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*). Bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan mempunyai mekanisme dasar, yaitu menerima deposito dari pemilik modal (*depositor*) dan mempunyai kewajiban (*liability*) untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya, dengan pola dan/atau skema pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam. Pada sisi kewajiban, terdapat dua kategori utama,

³⁹Rachmadi. 2011. *Aspek Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta: Salemba Empat), h. 33-35

yaitu *interest-free current and saving accounts* dan *investment accounts* yang berdasarkan pada prinsip LPS (*Profit and Loss Sharing*) antara pihak bank dan depositor; sedangkan pada sisi aset, yang termasuk di dalamnya adalah segala bentuk pola pembiayaan yang bebas riba dan sesuai prinsip atau standar syariah, seperti mudharabah, musyarakah, istisna, salam, dan lain-lain.⁴⁰

Untuk mencapai tujuan akuntansi yang bersifat prinsip atau standar, struktur dasar aktivitas investasi dapat diklarifikasi ke dalam dua bagian, yaitu:⁴¹

- a. Rekening investasi tanpa batasan (*unrestricted investment accounts*). Hal dimaksud berarti bank berdasarkan prinsip syariah memiliki kebebasan untuk menginvestasikan dana yang diterimanya pada berbagai kegiatan investasi tanpa dibatasi oleh ketentuan-ketentuan tertentu, termasuk menggunakannya secara bersama-sama dengan modal pemilik bank.
- b. Rekening investasi dengan batasan (*restricted investment accounts*). Hal ini berarti pihak bank hanya bertindak sebagai manajer yang tidak memiliki otoritas untuk mencampurkan dana yang diterimanya dengan modal pemilik bank tanpa persetujuan investor. Selain kedua hal di atas, bank syariah juga harus merefleksikan fungsinya sebagai pengelola dana zakat, dan dana-dana amal lainnya termasuk

⁴⁰ Ismail. 2015. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), h.42-44.

⁴¹ Zainuddin. 2012. *Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta: Rineka Cipta), h. 2-3.

danaqard hasan. Sementara itu, pada aspek pengenalan (*recognition*), pengukuran (*measurement*), dan pencatatan (*recording*) setiap transaksi pada sistem akutansi bank syariah terdapat kesamaan dengan proses-proses yang terjadi pada sistem perbankan konvensional.

2. Dasar Bank Syariah

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di negara Republik Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, diantaranya, Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-undang No. 10 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1998 tentang Perbankan, Undang-Undang No. 3 Tahun 2004 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama.

Selain itu, pengakuan secara yuridis empiris dapat dilihat perbankan syariah tumbuh dan berkembang pada umumnya di seluruh Ibukota Provinsi dan Kabupaten di Indonesia, bahkan beberapa bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya membuka unit usaha syariah (bank syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, dan sebagainya).

Pengakuan secara yuridis dimaksud, memberi peluang tumbuh dan berkembang secara luas kegiatan usaha perbankan syariah, termasuk memberi kesempatan kepada bank umum (konvensional) untuk membuka

kantor cabang yang khusus melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Bank Syariah dan Muamalah serta bank konvensional yang membuka layanan syariah di Indonesia menjadikan pedoman Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-Undang No. 23 Tahun 2004 tentang Perubahan atas Undang-Undang No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia. Undang-Undang dimaksud, yang kemudian dijabarkan dalam berbagai peraturan Bank Indonesia. Dalam hal ini, penulis merumuskan beberapa garis hukum sebagai berikut:

- a. Perbankan adalah segala segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup tentang kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.
- b. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.
- c. Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak

yang dibiayai untuk mengendalikan uang dantagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

- d. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana/atau pembiayaan kegiatan usaha dan/atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan dengan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau adanya pilihan pemindahan kepemilikan atau barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtima*).⁴²

Al-Quran juga dinyatakan sebagai sumber dari segala sumber hukum. Artinya apapun sumber atau dalil hukum syariat yang lain tetap menjadikan al-Quran sebagai rujukan utama dan tidak boleh bertentangan dengannya. Jika masalah bunga bank dijadikan sebagai perumpamaan, ternyata tidak dapat dijawab secara langsung oleh al-Quran dan ketentuan hukumnya dapat diulas secara lebih jelas oleh Sunnah Rasulullah atau berdasarkan analisis dan kebenaran para mujtahid. Namun tidak boleh menyalahi dan harus mengikuti prinsip dasar ayat al-Quran.⁴³

⁴² Iska. *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia Dalam Perspektif Fikih Ekonomi*. Yogyakarta: Fajar Media. 2012, h. 140.

⁴³ Iska. 2012. *Sistem Perbankan Syariah...*, h. 140.

Dasar-dasar syariah dalam menetapkan imbal jasa dengan mengacu kitab Al Quran pada Surat Al-Imran ayat 130 yang mempunyai

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat gandadan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Yang dimaksud Riba di sini ialah Riba nasi'ah. menurut sebagian besar ulama bahwa Riba nasi'ah itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda. Riba itu ada dua macam meliputi nasiah dan fadhli. Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba fadhli ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah. Surat Al Baqarah ayat 275, 276 dan 279

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ

النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (٢٧٥) يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ
 كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ (٢٧٦) فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ
 فَلَكُمْ رُؤُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ (٢٧٩)

Artinya “orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.

3. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Dalam menjalankan aktifitasnya, bank syariah tersebut menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:⁴⁴

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilanmargin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

b. Prinsip Kesederajatan

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan

⁴⁴Rachmadi. 2011. *Aspek Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta: Salemba Empat), h. 33.

keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.

c. Prinsip Ketentraman

Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Artinya nasabah akan merasakan ketenteraman lahir maupun batin.

4. Visi dan Misi Perbankan Syariah

a. Visi Perbankan Syariah

Visi perbankan syariah berbunyi: “Terwujudnya system perbankan syariah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil (*share-based financing*) dan transaksi riil dalam kerangka keadilan, tolong-menolong menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat.

b. Misi Perbankan Syariah

Misi yang menjelaskan peran Bank Indonesia adalah mewujudkan iklim yang kondusif untuk mengembangkan perbankan syariah yang istiqomah terhadap prinsip-prinsip syariah dan mampu berperan dalam sektor riil, yang meliputi sebagai berikut: ⁴⁵

- 1) Melakukan kajian dan penelitian tentang kondisi, potensi serta kebutuhan perbankan syariah secara berkesinambungan.

⁴⁵Zainuddin. 2012. *Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta: Rineka Cipta), h. 10

- 2) Mempersiapkan konsep dan melaksanakan pengaturan dan pengawasan berbasis resiko guna menjamin kesinambungan operasional perbankan syariah yang sesuai dengan karakteristiknya.
- 3) Mempersiapkan infrastruktur guna peningkatan efisiensi operasional perbankan syariah.
- 4) Mendesain kerangka *entry* dan *exit* perbankan syariah yang dapat mendukung stabilitas system perbankan.

c. Sasaran Perbankan Syariah

Bank Indonesia telah menentukan sasaran realities untuk mewujudkan visi yang sudah dicanangkan, sehingga sasaran dibuat dengan mempertimbangkan kondisi factual, termasuk faktor-faktor yang berpengaruh dan kecendrungan yang akan membentuk industri di masa yang akan datang; mamfaat dan tantangan yang ada, serta kelebihan dan kekurangan dari pelaku *industry* dan *stakeholders*lainnya.

Sasaran pengembangan perbankan syariah sampai tahun 2011 adalah sebagai berikut:

- 1) Terpenuhi prinsip syariah dalam operasional perbankan yang ditandai dengan:
 - a) Tersusunnya norma-norma keuangan syariah yang seragam (standarisasi).

- b) Terwujudnya mekanisme kerja yang efisien bagi pengawasan prinsip syariah dalam operasional perbankan, baik instrument maupun badanterkait.
 - c) Rendahnya tingkat keluhan masyarakat dalam hal penerapan prinsip syariah dalam setiap transaksi.
- 2) Diterapkannya prinsip kehati-hatian dalam operasioanl perbankan syariah, yaitu:
- a) Terwujudnya kerangka pengaturan dan pengawasan berbasis resiko yang sesuai dengan karakteristiknya dan didukung oleh sumber daya insane yang andal.
 - b) Diterapkannya konsep *corporate governance* dalam operasi perbankan syariah.
 - c) Diterapkannya kebijakan exit dan entry yang efisien.
 - d) Terwujudnya *real-time supervision*.
 - e) Terwujudnya *self regulatory system*.
- 3) Terciptanya system perbankan syariah yang kompetitif dan efisien yang ditandai dengan:

5. Jenis dan Kegiatan Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan maupun transaksi perbankan lainnya. Transaksasi yang dapat ditawarkan oleh bank berbeda antara satu bank dan bank lainnya. Beberapa bank syariah menawarkan semua produk perbankan, sebagian bank syariah

hanya menawarkan produk tertentu dan seterusnya. Produk dan jasa bank syariah yang dapat diberikan kepada masyarakat tergantung jenisnya.⁴⁶

Perbankan syariah berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan antara unit-unit ekonomi yang mempunyai kelebihan dana dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana. Karenanya untuk menjalankan fungsi intermediasi tersebut, lembaga perbankan syariah akan melakukan kegiatan usaha berupa penghimpun dana, penyalur dana, serta menyediakan berbagai jasa transaksi keuangan kepada masyarakat.⁴⁷

6. Produk Jasa Perbankan

Jasa bank adalah semua aktivitas bank, baik yang secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan tugas dan fungsi bank sebagai lembaga intermediasi, yaitu lembaga yang memperlancar terjadinya transaksi perdagangan, sebagai lembaga yang memperlancar peredaran uang serta sebagai lembaga yang memberikan jaminan kepada nasabahnya.

Semakin lengkap jasa-jasa bank yang dapat dilayani oleh suatu bank maka akan semakin baik. Kelengkapan ini ditentukan dari permodalan bank serta kesiapan bank dalam menyediakan SDM yang handal. Dalam praktiknya jasa-jasa bank yang ditawarkan meliputi:

- a. Kiriman Uang (*Transfer*). Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah si

⁴⁶Ismail. 2015. *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), h. 51

⁴⁷Burhanuddin. 2010. *Aspek Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, h. 57.

pemberi amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer. Dalam arti lain, transfer adalah kiriman uang yang diterima bank termasuk hasil inkaso yang ditagih melalui bank tersebut yang akan diteruskan kepada bank lain untuk dibayarkan kepada nasabah (*transfer*). Baik transfer uang keluar atau masuk akan mengakibatkan adanya hubungan antar cabang yang bersifat timbal balik, artinya bila satu cabang mendebet cabang lain mengkredit. Khusus untuk pengiriman keluar Negeri harus melalui bank devisa.

- b. Kliring (*Clearing*). Merupakan penagihan warkat (surat-surat berharga) yang berasal dari dalam kota. Proses penagihan lewat kliring hanya memakan waktu 1 (satu) hari. Besarnya biaya penagihan tergantung dari bank yang bersangkutan.
- c. Inkaso (*Collection*). Inkaso adalah pemberian kuasa pada bank oleh nasabah (baik perusahaan maupun perorangan) untuk melakukan penagihan terhadap surat-surat berharga (baik yang berdokumen maupun yang tidak berdokumen) yang harus dibayar setelah pihak yang bersangkutan (pembayar atau tertarik) berada ditempat lain (dalam atau luar negeri) menyetujui pembayarannya. Dalam arti lain, Inkaso merupakan kegiatan jasa Bank untuk melakukan amanat dari pihak ke tiga berupa penagihan sejumlah uang kepada seseorang atau badan tertentu di kota lain yang telah ditunjuk oleh si pemberi amanat.

- d. *Safe Deposit Box*. *Safe Deposit Box* atau kotak simpan aman fasilitas pengaman barang berharga dalam bentuk kotak yang disediakan oleh suatu bank untuk kepentingan nasabahnya, kotak tersebut hanya dapat dibuka oleh bank dan nasabah secara bersama-sama. Biasanya surat-surat atau barang berharga yang disimpan dalam box tersebut aman dari pencurian dan kebakaran. Kepada nasabah penyewa box dikenal biaya sewa yang besarnya tergantung dari ukuran box serta jangka waktu penyewaan.
- e. *Bank Card* (Kartu kredit). *Bank Card* atau lebih dikenal dengan sebutan kartu kredit atau juga uang plastic. Kartu ini dapat dibelanjakan di berbagai tempat perbelanjaan atau tempat-tempat hiburan.
- f. *Bank Notes*. Merupakan jasa pertukaran valuta asing. Dalam jual beli bank notes bank menggunakan kurs.
- g. *Bank garansi*. Merupakan jaminan bank yang diberikan kepada nasabah dalam rangka membiayai suatu usaha. Dengan jaminan bank ini si pengusaha memperoleh fasilitas untuk melaksanakan kegiatannya engan pihak lain. Tentu sebelum jaminan bank dikeluarkan bank terlebih dahulu mempelajari kredibilitas nasabahnya.
- h. *Bank Draft*. Merupakan wesel yang dikeluarkan oleh bank kepada para nasabahnya. Wesel ini dapat diperjualbelikan apabila nasabah membutuhkannya.

- i. *Letter of Credit (L/C)*. *Letter of Credit* atau dalam bahasa Indonesia disebut Surat Kredit Berdokumen merupakan salah satu jasa yang ditawarkan bank dalam rangka pembelian barang, berupa penangguhan pembayaran pembelian oleh pembeli sejak LC dibuka sampai dengan jangka waktu tertentu sesuai perjanjian. Berdasarkan pengertian tersebut, tipe perjanjian yang dapat difasilitasi LC terbatas hanya pada perjanjian jual - beli, sedangkan fasilitas yang diberikan adalah berupa penangguhan pembayaran. Dalam suatu mekanisme L/C terlibat secara langsung beberapa pihak ialah: Pembeli atau disebut juga buyer, importer. Penjual atau disebut juga seller atau exporter Bank pembuka atau disebut juga opening bank, issuing bank. Bank penerus atau disebut juga advising bank. Bank pembayar atau paying bank. Bank pengaksep atau accepting bank. Bank penegosiasi atau negotiating bank. Bank penjamin atau confirming bank. Dalam keadaan yang sederhana suatu L/C menyangkut 3 pihak utama, ialah pembeli, penjual, dan bank pembuka.
- j. Cek wisata. Merupakan cek perjalanan yang biasa digunakan oleh turis atau wisatawan. Cek wisata dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran berbagai tempat pembelanjaan atau hiburan seperti hotel dan supermarket. Cek wisata juga dapat digunakan sebagai hadiah kepada relasinya.
- k. Menerima setoran-setoran. Dalam hal ini bank membantu nasabah dalam rangka menampung setoran dari berbagai tempat antara lain:

Pembayaran pajak. Pembayaran telepon. Pembayaran air. Pembayaran listrik. Pembayaran uang kuliah

- l. Melayani pembayaran-pembayaran. Sama halnya seperti dalam hal menerima setoran, bank juga melakukan pembayaran seperti yang diperintahkan oleh nasabah antarlain: Membayar gaji/ pension/ honorarium. Pembayaran deviden. Pembayaran bonus/ hadiah
- m. Bermain di dalam pasar modal. Kegiatan bank dapat memberikan atau bermain surat-surat berharga di pasar modal. Bank dapat berperan dalam berbagai kegiatan seperti menjadi: Penjamin emisi (*underwriter*). Penjamin (*guarantor*). Wali amanat (*trustee*). Perantara perdagangan efek (*pialang/broker*). Perusahaan pengelola dana (*investment company*)

BAB III

GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

A. Sejarah dan Perkembangan BNI Syariah Bengkulu

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu. Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan

beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

B. Visi BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

C. Misi BNI Syariah

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
4. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

D. Produk BNI Syariah

1. Produk Penghimpun Dana

a. Tabungan iB Hasanah

Definisi dari Tabungan iB Hasanah menurut para bankir BNI adalah: “Simpanan transaksional yang penarikannya hanya dapat

dilakukan menurut syara tertentu, tidak dapat ditarik dengan cek/giro atau alat yang dipersamakan dengan itu.” Tabungan iB Hasanah merupakan simpanan dalam bentuk mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah* atau simpanan berdasarkan akad *wadiah*.

b. Tabungan iB Prima Hasanah

Definisi dari Tabungan iB Prima Hasanah menurut para bankir “Simpanan transaksional yang ditujukan bagi nasabah prima BNI Syariah,” yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.

c. Tabungan iB Bisnis Hasanah

Definisi dari Tabungan iB Bisnis Hasanah adalah: “Simpanan transaksi untuk para pengusaha dengan detail mutasi debit dan pembiayaan pada buku tabungan.”

d. Tabungan iB Tapenas Hasanah

Definisi dari Tabungan iB Tapenas Hasanah adalah: “Tabungan berjangka bagi nasabah perorangan untuk investasi dana pendidikan ataupun perencanaan lainnya dengan manfaat asuransi.”

e. Tabungan iB THI Hasanah

Definisi untuk menjelaskan jenis Tabungan iB THI Hasanah adalah: “Tabungan yang digunakan sebagai penghimpun dana dan pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).”

f. Tabunganku iB

Tabungan iB adalah “Produk simpanan generik dari Bank Indonesia untuk meningkatkan kesadaran menabung.”

g. Tabungan iB Bisnis Hasanah

Tabungan iB Bisnis Hasanah adalah “simpanan transaksional untuk Anda para pengusaha dengan detail mutasi debit dan pembiayaan pada buku tabungan. Dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*, dengan bagi hasil yang kompetitif, dan dikelola berdasarkan pada prinsip syariah.

h. Tabungan iB Tunas Hasanah

Tabungan iB Tunas hasanah adalah “adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah berdasarkan akad *wadiah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.”

i. Giro iB Hasanah

Definisi Giro iB Hasanah adalah: “Simpanan transaksional dalam mata uang rupiah (IDR) yang penarikannya dilakukan dengan cek atau bilyet giro (BG)”.

j. Deposito iB Hasanah

Definisi Deposito iB Hasanah adalah: “Simpanan berjangka dalam mata uang rupiah (IDR) ditujukan untuk investasi dan dapat dicairkan pada saat jatuh tempo.”

2. Produk Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana pada bank BNI Syariah yaitu:

a. Pembiayaan Emas iB Hasanah

Pembiayaan Emas iB Hasanah merupakan “fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara pokok setiap bulannya melalui akad *murabahah* (jual beli)”.

b. Griya iB Hasanah

Definisi dari Griya iB Hasanah adalah: “Griya iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah, dan membeli tanah kavling serta rumah *indent*, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.”

c. Multijasa iB Hasanah

Multijasa iB Hasanah (*Ijarah* Multijasa) adalah “fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa *fixed asset* atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak bertentangan dengan UU/Hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam.”

d. Multiguna iB Hasanah

Multiguna iB Hasanah adalah “fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai material) atau *fixed asset* yang ditujukan untuk kalangan profesional dan pegawai aktif yang memiliki sumber pembayaran kembali dari penghasilan tetap dan tidak bertentangan dengan UU/ Hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam.”

e. *Flexi* iB Hasanah

Flexi iB Hasanah adalah “pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan suatu perusahaan/lembaga/instansi untuk pembelian barang dan penggunaan jasa yang tidak bertentangan dengan UU/Hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan oleh Syariah Islam.”

f. Talangan Haji iB Hasanah

Talangan Haji iB Hasanah adalah “fasilitas pembiayaan konsumtif yang diajukan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kementerian Agama, untuk mendapatkan nomor seat porsi haji dengan menggunakan akad *ijarah*.”

g. iB Hasanah *Card*

iB Hasanah *Card* adalah “salah satu produk pembiayaan unggulan dari BNI Syariah yang diterbitkan berdasarkan Fatwa DSN No.54/DSN-MUI/X/2006. iB Hasanah *Card* merupakan kartu yang berfungsi sebagai kartu pembiayaan yang berdasarkan sistem syariah sebagaimana diatur dalam fatwa.”

h. Oto iB Hasanah

Oto iB Hasanah adalah “fasilitas pembiayaan konsumtif murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.” Akad yang digunakan pada produk Oto iB Hasanah adalah *murabahah*.

i. Tunas Usaha iB Hasanah

Tunas Usaha iB Hasanah adalah “pembiayaan modal kerja dan atau investasi yang diberikan untuk usaha produktif yang *feasible* namun belum *bankable* dengan prinsip syariah dalam rangka mendukung pelaksanaan Instruksi Presiden Nomor 6 tahun 2007.”

j. Wirausaha iB Hasanah

Wirausaha iB Hasanah adalah “fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.”

k. Gadai Emas iB Hasanah

Gadai Emas iB Hasanah atau juga disebut pembiayaan *rahn* adalah “penyerahan hak penguasa secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank. Sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima.”

l. CCF iB Hasanah

Cash Collateral Financing iB Hasanah (CCF iB Hasanah) adalah “pembiayaan yang dijamin dengan *cash*, yaitu dijamin dengan simpanan dalam bentuk Deposito, Giro, dan Tabungan yang diterbitkan oleh BNI Syariah.”

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Strategi diversifikasi dalam meningkatkan profitabilitas Produk Griya iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

Strategi diversifikasi merupakan sebuah pendekatan yang diterapkan oleh PT. BNI Syariah untuk memberikan informasi yang lebih dari sekedar informasi mengenai produk yang ada pada BNI Syariah. Strategi diversifikasi sebagai pendekatan yang unik bagi pihak BRI Syariah (BRIS) dalam menarik nasabah, strategi diversifikasi adalah konsep yang mengintegrasikan unsur-unsur emosi, logika, dan proses berpikir umum untuk menghubungkan dengan konsumen.

Salah satu yang membuat profit meningkat adalah ketika sebuah usaha mampu menyentuh sisi pengalaman

pelanggan. Strategi diversifikasi berusaha memasuki tempat khusus dalam nasabah BNI Syariah yang ada hubungannya dengan pikiran inspiratif tentang kenyamanan dan kesenangan. Untuk mengetahui penerapan strategi diversifikasi maka peneliti melakukan wawancara kepada 10 orang nasabah, 1 orang customer service, 1 orang teller, dan 2 orang marketing. Adapun marketing yang dapat dijadikan informan hanya 2 orang dikarenakan marketing yang sibuk dengan pekerjaannya sehingga tidak memiliki waktu untuk memberikan penjelasan.

Tujuan dari strategi diversifikasi yang dilakukan oleh BNI Syariah adalah untuk membuat hubungan sedemikian rupa sehingga nasabah merespon penawaran produk berdasarkan tingkat respon baik emosional dan bahwa strategi diversifikasi didesain untuk bisa meningkatkan profitabilitas khususnya pada produk griya iB hasanah.

Ketika penerapan strategi diversifikasi menyentuh perasaan nasabah maka nasabah memiliki pengalaman

husus ketika berhubungan dengan layanan perusahaan. Adapun cara BNI Syariah menyentuh emosi agar nasabah tertarik pada produk Griya iB hasanah di BNI Syariah Cabang Bengkulu adalah dengan menjelaskan secara terperinci tentang produk sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan produk pada BNI Syariah seperti yang dijelaskan oleh Bapak Novan Zaman bahwa sistem yang digunakan pada BNI Syariah adalah memberikan penjelasan sampai nasabah mengerti dan puas dengan penjelasan yang diberikan. Nasabah tertarik akan produk BNI Syariah berdasarkan pemahaman nasabah tersebut mengenai produk yang ditawarkan.⁴⁸

Rapika Sumanti menjelaskan bahwa penyampaian produk BNI Syariah harus jelas agar nasabah mengerti mengenai produk yang ada, sehingga menumbuhkan daya tarik dan menumbuhkan rasa ingin tahu nasabah.⁴⁹

Harison selaku nasabah menjelaskan bahwa Pelayanan yang diberikan Customer Service di BNI

⁴⁸ Bapak Novan Zaman, wawancara pada tanggal 20 Februari 2019.

⁴⁹ Rapika Sumanti, wawancara pada tanggal 20 Februari 2019

Syariah cukup baik, seperti memberikan penjelasan yang lebih terperinci mengenai produk griya iB Hasanah. Sikap dan tata krama dalam menghadapi nasabah sangat sopan dan santun seperti memberikan salam pada saat nasabah memasuki ruangan.⁵⁰

Oktora selaku nasabah menjelaskan bahwa Sikap dan penjelasan yang diberikan oleh karyawan bank cukup membantu, ramah dan tidak sombong dan tidak memandang kelas sosial nasabah.⁵¹

Selain dengan menjelaskan tentang produk yang ada terdapat juga cara BNI Syariah menjelaskan akan kelebihan dari produk yang ada di BNI Syariah Cabang Bengkulu yaitu di jelaskan apa saja kelebihan-kelebihan produknya, dan apa yang menarik dari produk tersebut sehingga produk-produk yang ada terlihat lebih banyak kepada nasabah seperti yang dikatakan oleh Bapak Novrianda bahwa memberikan penjelasan yang menarik guna menarik minat nasabah, seperti memberikan

⁵⁰ Harison, wawancara kepada nasabah pada tanggal 20 Februari 2019

⁵¹ Oktora, wawancara kepada nasabah pada tanggal 20 Februari 2019

penjelasan mengenai kelebihan-kelebihan produk, sehingga membuat nasabah lebih antusias untuk mendengarkan penjelasan yang diberikan.

Bapak Aditya menjelaskan bahwa sebagai penjual jasa, karyawan BNI Syariah harus memberikan yang terbaik kepada nasabah terutama pada pelayanan yang langsung berhubungan dengan nasabah seperti Customer Service, Teller dan marketing dan memberikan info kepada masyarakat baik yang sudah menjadi nasabah maupun yang belum menjadi nasabah mengenai produk Griya iB Hasanah.⁵²

2. Kendala strategi diversifikasi dalam meningkatkan profitabilitas Produk Griya iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

⁵² Bapak Aditya, wawancara kepada penjual jasa pada tanggal 20 Februari 2019

Nawarman selaku nasabah menjelaskan bahwa Tidak ada kendala yang dialami nasabah BRI Syariah. Hal ini disebabkan karena karyawan BRI Syariah memberikan pelayanan yang baik mengenai berbagai keluhan yang disampaikan oleh nasabah.⁵³

Produk yang membuat nasabah tertarik di BNI Syariah Cabang Bengkulu adalah produk yang memberikan banyak keuntungan kepada nasabah seperti yang dikatakan oleh Bapak Novan Zaman bahwa Produk yang banyak diminati nasabah salah satunya adalah griya iB Hasanah. Tetapi tidak semua jenis simpanan diminati oleh nasabah, sehingga kami berusaha untuk melakukan upaya agar nasabah menjadi lebih tertarik untuk memilih produk yang ditawarkan⁵⁴.

Rapika Sumanti menjelaskan bahwa BNI Syariah berupaya untuk membuat nasabah merasa mendapatkan keuntungan menggunakan produk pada BNI Syariah,

⁵³ Nawarman, wawancara kepada nasabah pada tanggal 20 Februari 2019

⁵⁴ Bapak Novan Zaman, wawancara pada tanggal 20 Februari 2019

karena produk BRI Syariah memang harus memberikan keuntungan kepada nasabah.⁵⁵

Khofifah nasabah menjelaskan bahwa nasabah lebih berminat memilih produk yang bisa memberikan keuntungan dibandingkan dengan bank-bank lain yang ada di Bengkulu.⁵⁶

BNI Syariah juga membuat agar nasabah merasa nyaman dengan pelayanan BNI Syariah Cabang Bengkulu dengan memberikan pelayanan yang ramah, apapun keluhan dan juga komplain dari nasabah didengarkan dan di berikan solusi bahwa pelayanan yang diberikan kepada nasabah tetap diutamakan, karena sebagai karyawan BNI Syariah dituntut untuk memberikan pelayanan sepenuh hati agar nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Selain itu memberikan solusi untuk komplain-komplain yang diberikan nasabah kepada BNI Syariah.

Aditya menjelaskan bahwa BNI Syariah selalu memberikan layanan yang terbaik untuk nasabahnya. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan nasabah dan menjaga pelayanan sebagaimana karyawan dididik oleh pihak BNI Syariah.⁵⁷

Royani selaku nasabah menjelaskan bahwa pelayanan yang diberikan BNI Syariah kepada nasabah memang memang terbaik dan merasa nyaman dengan produk-produk yang ada di BNI Syariah.⁵⁸

BNI Syariah Cabang Bengkulu menjaga hubungan komunikasi

⁵⁵ Rapika Sumanti, wawancara pada tanggal 20 Februari 2019

⁵⁶ Khofifah, wawancara kepada nasabah pada tanggal 20 Februari 2019

⁵⁷ Aditya, wawancara pada tanggal 20 Februari 2019

⁵⁸ Royani, wawancara kepada nasabah pada tanggal 21 Februari 2019

terhadap nasabahnya dengan baik dengan menjaga komunikasi kepada nasabah yang berasal dari semua kalangan baik itu masyarakat menengah sampai masyarakat di kalangan atas seperti yang dikatakan oleh Rapika Sumanti bahwa komunikasi itu penting, semua informasi tersampaikan melalui komunikasi. Kami selalu menjaga komunikasi yang baik dengan nasabah, seperti *marketing* mengunjungi tempat usaha nasabah, sehingga komunikasi tetap terjalin dengan baik.

Tita Melina selaku karyawan menjelaskan bahwa kenyamanan nasabah akan pelayanan yang diberikan merupakan suatu keberhasilan bagi BNI Syariah, sehingga karyawan benar-benar harus menjaga komunikasi dengan nasabah.⁵⁹

Andini selaku nasabah menjelaskan bahwa BNI Syariah memberikan kenyamanan dengan pelayanan yang diberikan oleh *Teller* dan *Customer Servicenya*, seperti berkomunikasi dengan baik karena kadang-kadang karyawan berkomunikasi dengan orang awam yang tidak mengerti dunia perbankan.⁶⁰

BNI Syariah Cabang Bengkulu melakukan inovasi akan produk Griya iB Hasanah yang disajikan pada nasabah sehingga adanya perubahan-perubahan yang membuat nasabah tertarik untuk menjadi nasabah dari produk griya iB Hasanah yang ada bahwa inovasi adalah hal penting dilakukan untuk meningkatkan profit.

Tita Meilina menjelaskan bahwa inovasi-inovasi yang ada

⁵⁹ Tita Melina, wawancara kepada karyawan pada tanggal 21 Februari 2019

⁶⁰ Andini, Wawancara Kepada Nasabah pada tanggal 21 Februari 2019

dilakukan untuk menarik perhatian nasabah agar tetap setia menggunakan produk griya iB Hasanah yang ada di BNI Syariah. Elsa selaku nasabah menjelaskan bahwa walaupun tidak memahami dan mengenai inovasi tetapi tetap memilih griya iB Hasanah BNI Syariah.⁶¹

BNI Syariah Cabang Bengkulu menyajikan variasi produk yang beragam mulai dari pembiayaan, tabungan, giro, deposito, dan gadai seperti yang dikatakan oleh Tita Meilina bahwa banyak variasi produk yang ada di BNI Syariah, sama halnya dengan Bank syariah lainnya seperti pembiayaan murabahah, tabungan BRI Syariah, tabungan haji. Hampir semua produk BNI syariah memiliki variasi.

Novan zaman juga menjelaskan bahwa produk BNI Syariah yang ditawarkan bervariasi. Terutama tabungan, pembiayaan, dan gadai. Alfian selaku nasabah menjelaskan bahwa penjelasan yang diberikan oleh BNI Syariah menarik begitu dengan pelaksanaannya sehingga menarik minat nasabah untuk menggunakan produk griya iB Hasanah.⁶²

Produk pada BNI Syariah dari waktu ke waktu terus berkembang. Dulu produk pada BNI Syariah hanya ada pembiayaan murabahah saja, tetapi sekarang sudah ada pembiayaan lainnya seperti musyarakah. Hengki menjelaskan bahwa selalu ada perkembangan produk Griya iB Hasanah BNI Syariah, misalnya untuk sekarang akan ada asuransi dimana sebelumnya belum ada.

Herawati selaku nasabah menjelaskan bahwa terjadi

⁶¹ Tita Meilina, wawancara Pada Tanggal 21 Februari 2019

⁶² Novan Zaman, wawancara pada tanggal 21 Februari 2019

perkembangan pada produk griya iB Hasanah BNI Syariah, seperti tabungan yang semula hanya tabungan biasa kemudian bertambah ada untuk pembangunan ruko juga.⁶³

Nasabah mengatakan jika mereka mengetahui adanya produk Griya iB Hasanah pada BNI Syariah cabang Bengkulu dari karyawan bank dan juga ada pihak yang mereferensikan seperti yang dikatakan oleh informan berikut: Jawaban dari Bapak Zainal yang beralamat di Rawa Makmur

“Saya tahunya dari CS, pas saya buka buku tabungan CS nya langsung memberitahukan apa saja produk yang ada di BNI Syariah ini, termasuk produk pembiayaan Griya iB Hasanah dan penjelasan cukup menarik juga kalau ada kesempatan boleh saya coba menggunakannya”⁶⁴

Jawaban juga dikemukakan oleh Bapak Kardi yang beralamat di Kampung Bali

“Mengetahui adanya Griya iB hasanah dari teman yang memang sudah menggunakan. Makanya saya juga tertarik menggunakan pembiayaan Griya iB Hasanah di BNI Syariah”⁶⁵

Bapak Akbar dan Ibu Intan mengatakan hal yang sama bahwa beliau berminat menggunakan produk Griya iB hasanah sebagaimana yang dikatakan berikut:

⁶³ Harawati, wawancara kepada nasabah pada tanggal 21 Februari 2019

⁶⁴ Bapak Zainal, wawancara kepada nasabah pada tanggal 21 Februari 2019

⁶⁵ Bapak Kardi, wawancara kepada nasabah pada tanggal 21 Februari 2019

“kalau griya itu memang banyak, dimanapun itu ada tapi memang saya berminatnya di BNI ini karena bagi saya tidak rumit”⁶⁶

“Itung-itung untuk investasi, mulai dari sekarang lah kalau mau investasi karena kalau sudah lunas nanti bisa jadi asset”⁶⁷

Adapun yang menjadi daya tarik dalam penggunaan produk Griya iB Hasanah adalah proses yang tidak sulit, dan juga bisa dijadikan investasi seperti yang dikatakan oleh informan berikut: Jawaban dari Bapak Kardi yang beralamat di kampung bali. Dikarenakan kalau di BNI Syariah prosesnya tidak sulit dan juga bisa dijadikan investasi, ya itung-itung kita nabung. Lagian bisa juga over kredit kapan saja kalau kita mau mengalihkan, itulah alasannya saya menggunakan produk Griya iB Hasanah ini, selain itu saya selalu membayar simpanan wajib sebagai anggota.

Jawaban senada juga dikemukakan oleh Bapak Zainal yang beralamat di Rawa Makmur

“Kalau saya memang suka berinvestasi, maka dari itu saya berminat menggunakan produk Griya iB Hasanah ”⁶⁸

B. Pembahasan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nasabah sudah merasakan hasil penerapan *Strategi*

⁶⁶ Bapak Akbar, wawancara kepada nasabah pada tanggal 21 Februari 2019

⁶⁷ Ibu Intan, wawancara kepada nasabah pada tanggal 21 Februari 2019

⁶⁸ Bapak Zainal, wawancara kepada nasabah tanggal 21 Februari 2019

diversifikasi yang diterapkan oleh BNI Syariah. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan positif tentang *strategi diversifikasi* yang dilakukan oleh BNI Syariah Cabang Bengkulu. Dari hasil tersebut selanjutnya dapat diperoleh bahwa yang termasuk dalam *strategi diversifikasi* mempunyai dampak yang positif untuk kemajuan BNI Syariah Cabang Bengkulu dimana dengan adanya strategi tersebut dapat meningkatkan profit.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Schmitt memberikan definisi atau pengertian strategi diversifikasi merupakan suatu pendekatan yang melibatkan emosi dan perasaan konsumen dengan menciptakan pengalaman-pengalaman yang positif dan tak terlupakan sehingga konsumen mengkonsumsi dan fanatik terhadap produk tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Parasuraman dalam Sangadji mendefinisikan loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai respons yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis.

Setelah melakukan strategi diversifikasi pada produk Griya iB hasanah PT BNI Syariah mengalami peningkatan keuntungan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan bank bahwa sejak diterapkannya strategi diversifikasi pada produk griya iB hasabah semakin banyak nasabah yang menggunakan produk tersebut. Pada dasarnya banyak produk sejenis pada bank lain, tetapi dengan adanya diversifikasi ini membuat

nasabah lebih memilih menggunakan produk Griya iB hasanah pada BNI syariah sehingga dengan meningkatkan jumlah nasabah maka meningkat pula keuntungan yang didapatkan oleh BNI Syariah.

Hasil penelitian ini mempertegas hasil penelitian yang dilakukan oleh Bernd Smith menunjukkan adanya pengaruh *Strategi diversifikasit* terhadap loyalitas pelanggan yang berkunjung di Dien *Bridal & Salon*. Adanya loyalitas pelanggan tersebut tidak lepas dari pengaruh *experiential marketing*, dimana bagi pelanggan faktor *Strategi diversifikasimenjadi* dasar dalam terbentuknya loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan melalui sentuhan emosional. Hal ini dilakukan karena mengingat pelanggan tidak hanya sebagai makhluk rasional tetapi juga emosional salah satunya adalah dengan pendekatan strategi diversifikasi yang mengemas emosi secara komersial.⁶⁹

Pengalaman yang telah di alami oleh nasabah ketika menggunakan produk yang ada pada BNI Syariah Cabang Bengkulu telah membuat nasabah merasa puas jika pengalaman yang mereka alami adalah pengalaman yang baik, misalnya pengalaman pada acara, nasabah pernah mengikuti acara yang diselenggarakan oleh pihak BNI Syariah dan mereka merasa tertarik untuk menggunakan produk yang ada pada BNI Syariah dan juga pengalaman nasabah dengan lingkungan BNI Syariah yang sopan dalam memberikan pelayanan karena berada pada lingkungan bernuansa Islami.

⁶⁹ Elpa Lispentia, Pengaruh *Strategi diversifikasit* erhadap Loyalitas Pelanggan pada Bridal dan Salon di Cimareme, KNiST, Maret 2017, h. 53

Islam memberikan pedoman dan petunjuk kepada semua aspek kehidupan, termasuk masalah pembangunan ekonomi serta industri perbankan sebagai salah satu motor penggerak roda perekonomian. Hadirnya perbankan syari'ah yang bebas dari sistem bunga (*interest free banking*) diharapkan mampu menjadi alternatif terbaik dalam mencapai kesejahteraan masyarakat. Secara praktis, bentuk produk dan jasa pelayanan bank syari'ah, prinsip-prinsip dasar hubungan antara bank dan nasabah serta cara-cara berusaha yang halal dalam bank syari'ah, masih belum dipahami dan dimengerti oleh sebagian besar masyarakat sehingga muncullah persepsi yang "keliru" terhadap bank syari'ah, seperti mempersepsikan produk dan jasa bank syari'ah itu sama saja dengan bank konvensional, bank syari'ah menggunakan sistem bunga seperti bank konvensional, dan sebagainya.

Terdapat banyak developer perumahan yang menawarkan penjualan rumah dengan cara syariah yang lepas dari ancaman denda, bunga riba, penyitaan rumah dan lain sebagainya. Pembelian rumah dengan cara syariah ini menerapkan akad-akad yang memberi kemudahan bagi pembeli. Karena meniadakan peran perbankan, proses pengecekan kemampuan bayar calon konsumen di Bank Indonesia (BI Checking) pun menjadi tidak penting. Konsumen hanya berurusan dengan pihak pengembang serta notaris yang ditunjuk, setelah kesepakatan harga dan tenor KPR disepakati. Oleh karena itu banyak masyarakat yang menggunakan produk Griya iB Hasanah seperti yang ada di BNI Syariah Cabang Bengkulu.

Produk yang bernama Griya iB Hasanah cukup banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbagai keperluan seperti investasi dan juga untuk tempat tinggal sendiri. Dalam ajaran Islam, konsep investasi sama dengan menabung. Hal ini dapat dicermati dari ayat Alquran dan hadis yang baik secara tersurat maupun tersirat menganjurkan menabung sebagaimana ayat-ayat Alquran QS Al Isra ayat (17) : (29).

وَلَا يَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya:

“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (pelit) dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya (boros) karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.”

Ayat Al-quran di atas, fokus pada tidak boros mempunyai pengertian sederhana sebagai anjuran untuk menyisihkan sebagian harta untuk digunakan bagi keperluan masa depan (menabung). Kemudian Allah SWT menjelaskan cara-cara yang baik dalam membelanjakan harta, yaitu Allah SWT melarang orang menjadikan tangannya terbelenggu pada leher. Ungkapan ini adalah lazim dipergunakan oleh orang-orang Arab, yang berarti larangan berlaku bakhil. Allah melarang orang-orang yang bakhil, sehingga enggan memberikan harta kepada orang lain, walaupun sedikit. Sebaliknya Allah juga melarang orang yang terlalu mengulurkan tangan, ungkapan serupa ini berarti melarang orang yang berlaku boros membelanjakan harta, sehingga belanja yang dihaburkannya melebihi kemampuan yang dimilikinya.

Penelitian ini membuktikan bahwa BNI Syariah Cabang Bengkulu selalu memberikan hal yang berbeda dari Bank Syariah lainnya, sehingga nasabah akan mendapatkan pengalaman positif dan secara otomatis mereka akan menceritakan kepada masyarakat sekitar tentang pengalaman yang didapat selama di BNI Syariah Cabang Bengkulu. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh Venkat bahwa pengalaman positif yang didapat terhadap perusahaan tertentu, maka mereka akan sukarela menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain.

Nasabah yang telah mengunjungi dan melakukan aktivitas di BNI Syariah Cabang Bengkulu akan mendapatkan pengalaman menarik seperti yang dijelaskan sebelumnya, saat mendapatkan sesuatu yang melebihi harapan pelanggan saat itulah pelanggan mendapatkan kepuasan. Sesuai dengan teori Kotler dan Keller kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang ditimbulkan karena membandingkan kinerja produk dengan keinginan yang diharapkan. Jika kinerja produk lebih rendah dengan yang diharapkan maka seorang pelanggan akan merasa kecewa. Tetapi jika kinerja produk yang diberikan melebihi atau sama dengan yang diharapkan maka pelanggan tersebut akan timbul rasa kepuasan pada pelanggan.⁷⁰

Kemampuan dari pemasaran yang berorientasi pada pengalaman akan mampu membangun pengalaman tertentu bagi pelanggan. Pelanggan

⁷⁰ Philip Kotler dan Keller *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Andi Maulana dan Wibi Hardani. Edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 45

mendapatkan sesuatu yang baru karena sentuhan konsep pemasaran yang dilakukan pelaku usaha menyentuh emosi dan pemikiran.

Semua aktivitas kehidupan perlu dilakukan berdasarkan perencanaan yang baik. Islam agama yang memberikan sintesis dan rencana yang dapat direalisasikan melalui rangsangan dan bimbingan. Perencanaan tidak lain memanfaatkan “karunia Allah” secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu, dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat dan nilai kehidupan yang berubah-ubah. Dalam arti lebih luas, perencanaan menyangkut persiapan menyusun rancangan untuk setiap kegiatan ekonomi. Konsep modern tentang perencanaan, yang harus dipahami dalam arti terbatas, diakui dalam Islam. Karena perencanaan seperti itu mencakup pemanfaatan sumber yang disediakan oleh Allah *Subhanahu wa ta'ala* dengan sebaik-baiknya untuk kehidupan dan kesenangan manusia.

Meski belum diperoleh bukti adanya sesuatu pembahasan sistematis tentang masalah tersebut, namun berbagai perintah dalam Al-Quran dan Sunnah menegaskan. Dalam Al-Quran tercantum: QS. Al-Jumu'ah: 10,

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

yang artinya, “Apabila telah ditunaikan sembahyang maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” Berdasarkan ayat ini dapat dijelaskan makna dalam kata “carilah karunia Allah” yang digunakan di dalamnya dimaksudkan untuk segala usaha halal yang melibatkan orang untuk memenuhi kebutuhannya.

Di samping itu, pelaksanaan rencana pemasaran dalam Islam, kita tergantung pada prinsip syarikat (kerjasama) yang telah diakui secara universal. Hal ini berarti pelaksanaan perencanaan dilaksanakan melalui partisipasi sektor pemerintah dan swasta atas dasar kemitraan.

Dalam sistem perencanaan Islam, kemungkinan rugi sangat kecil karena merupakan hasil kerjasama antara sektor pemerintahan dan swasta. Investasi yang sehat akan mendorong kelancaran arus kemajuan ekonomi menjadi lebih banyak. Dalam kegiatan pemasaran, tentu lebih dahulu menyusun perencanaan strategis untuk memberi arah terhadap kegiatan perusahaan yang menyeluruh, yang harus didukung rencana pelaksanaan lebih rinci di bidang-bidang kegiatan perusahaan. Dalam Islam, bukanlah suatu larangan bila seorang hamba mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya. Namun dengan syarat, rencana itu tidak bertentangan dengan ajaran (syariat) Islam. Ditandaskan dalam Al-Quran, yang artinya, *“Atau apakah manusia akan mendapat segala yang diciptakannya? Tidak, maka hanya bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia.”* (QS. An-Najm: 24-25)

Dari kedua ayat tersebut, bila dihubungkan dengan strategi diversifikasi, kegiatan strategi (rencana) pemasaran merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran seperti yang diharapkan untuk mencapai keberhasilan. Sudah menjadi *sunnatullah* bahwa apa pun yang sudah kita rencanakan, berhasil atau tidaknya, ada pada ketentuan Tuhan (Allah). Dalam pelaksanaan suatu perencanaan dalam Islam haruslah bergerak ke arah suatu sintesis yang wajar antara pertumbuhan ekonomi dan keadilan sosial melalui penetapan kebijaksanaan yang pragmatik,

namun konsisten dengan jiwa Islam yang tidak terlepas dengan tuntunan Al-Quran dan Hadis, juga sesuai dengan kode etik ekonomi Islam.

Selain itu, dalam kegiatan perdagangan (muamalah), Islam melarang adanya unsur manipulasi (penipuan), sebagaimana hadis Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa sallam: "Jauhkanlah dirimu dari banyak bersumpah dalam penjualan, karena sesungguhnya ia memanipulasi (iklan dagang) kemudian menghilangkan keberkahan."* (HR. Muslim, An-Nasa'i dan Ibnu Majah). Islam menganjurkan umatnya untuk memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga yang tidak berbohong, alias harus berkata jujur (benar). Oleh sebab itu, salah satu karakter berdagang yang terpenting dan diridhoi oleh Allah *Subhanahu wa ta'ala* adalah kebenaran. Sebagaimana dituangkan dalam hadis: *"Pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (siddiqin), dan para syuhada di surga."* (HR. Turmudzi).

Pada dasarnya ada tiga unsur etika yang harus dilaksanakan oleh seorang produsen Muslim. Yakni bersifat jujur, amanat dan nasihat. Jujur artinya tidak ada unsur penipuan. Misal dalam promosi/harga. Amanat dan nasihat bahwa seorang produsen dipercaya memberi yang terbaik dalam produksinya, sehingga membawa kebaikan dalam penggunaannya. Saat ini semakin banyak masyarakat dunia yang sadar tentang kegiatan bermuamalah secara Islam. Salah satu buktinya adalah pesatnya perkembangan minat masyarakat dunia terhadap ekonomi Islam dalam dua dekade terakhir, Indonesia sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia juga mengalami hal yang sama. Hal ini dibuktikan dengan semakin bermunculan berbagai produk syariah (Islam). Saat ini perkembangan yang

menyolok adalah produk yang bersentuhan dengan bidang lembaga keuangan. Namun pesatnya perkembangan produk ekonomi Islam belum bisa diimbangi oleh pesatnya perkembangan dari sisi keilmuan yang lebih luas. Jika hal ini terjadi secara terus-menerus, akan terjadi ketimpangan perkembangan ekonomi Islam ke depan. Untuk itu pengembangan ekonomi Islam dari sisi keilmuan menjadi hal mutlak, untuk menjadi penyeimbang pesatnya perkembangan yang terjadi saat ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah penulis paparkan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan strategi diversifikasi untuk meningkatkan profitabilitas pada produk griya iB Hasanah BNI Syariah selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah, menarik perhatian nasabah dengan memanfaatkan produk-produk unggulan pada BNI Syariah sehingga nasabah tersentuh emosinya dan merasa puas pada BNI Syariah. Penerapan diversifikasi dengan membuat hubungan sedemikian rupa sehingga nasabah merespon penawaran produk berdasarkan tingkat respon baik emosional dan bahwa strategi diversifikasi didesain untuk bisa meningkatkan profitabilitas khususnya pada produk griya iB hasanah
2. Tidak ada kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi dalam meningkatkan profitabilitas Produk Griya iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu karena pelayanan yang diberikan kepada nasabah tetap diutamakan, karena sebagai karyawan BNI Syariah dituntut untuk memberikan pelayanan sepenuh hati agar nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Pada dasarnya banyak produk sejenis pada bank lain, tetapi dengan adanya diversifikasi ini

membuat nasabah lebih memilih menggunakan produk Griya iB hasanah pada BNI syariah sehingga dengan meningkatkan jumlah nasabah maka meningkat pula keuntungan yang didapatkan oleh BNI Syariah. Setelah melakukan strategi diversifikasi pada periode griya iB hasanah perusahaan PT BMI Syariah mengalami peningkatan keuntungan.

B. Saran

1. Diharapkan peneliti lain selanjutnya meneliti tentang permasalahan lain yang berhubungan dengan strategi diversifikasi
2. Bagi Pihak BRI Syariah agar bisa mempertahankan penerapan strategi diversifikasi yang sudah mereka terapkan kepada nasabah melalui emosi karena mempengaruhi profitabilitas pada produk griya iB Hasanah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hikmah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV.Penerbit Diponegoro, 2010
- Cahyo. *Analisis Strategi Diversifikasi Untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif Pada PT. Gilang Wisata Perkasa Kota Probolinggo* . Jurnal Ekonomi Manajemen Vol 2 No.3). 2015
- David.*Manajemen Strategis*. Salemba Empat. 2016
- Fahmi,Irham.*Pengantar Manajemen KeuanganTeori Dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta. 2016
- Hariadi, Bambang.*Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia Publishing. 2015
- Ita Yuliana. *Analisis Profitabilitas Untuk Mengukur Tingkat Efektifitas Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Pada PT. Teja Sekawan Cocoa Industries Surabaya* (Skripsi Universitas Airlangga). 2013
- K.R.Subramanyam, *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat, 2017
- Marrus,Stephanie K.*Building The Strategic Plan: Find Analyze, And Present The Right Information*. USA: Wiley, 2012
- Moses. *Diversification Strategies In The Banking Industry In Kenya*. International Journal Management. 2016
- Muljono,Djoko. *Buku Pintar Akuntansi Perbankan Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Andi, 2015
- Rivai, Veithzal *Financial Institution Management*. Jakarta: Raja Grafindo, 2013
- Siagian,Sondang.*Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Stiawan,Asnaini, Evan danAsriani, Windi *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Teras. 2012
- Sudana, I Made.*Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktik*, (Jakarta: Erlangga, 2011
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2013

Syamsuddin, Lukman. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2013

Susilo, dkk. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta : Salemba Empat. 2009

Tri Santoso, Ruddy. *Mengenal Dunia Perbankan*. Solo: Andi. 2006

