

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN SKEMA  
MURABAHAH DI PERSEROAN TERBATAS BANK SYARIAH MANDIRI  
KANTOR CABANG PEMBANTU AMBARUKMO YOGYAKARTA  
(Tinjauan Teori Michael Porter)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata I

Disusun oleh:

**Ita Rosita**

**NIM. 10240003**

Pembimbing:

**Dra. Hj. Mikhriani, M.M.**

**NIP. 19640512 200003 2 001**

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2015**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 729 /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Skema Murabahah Di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta ( Tinjauan Teori Michael Porter )**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ita Rosita  
NIM/Jurusan : 10240003/MD  
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 24 Maret 2015  
Nilai Munaqasyah : 87 (A/B)


dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**TIM MUNAQASYAH**

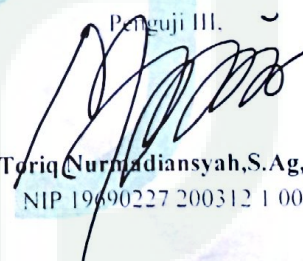
Ketua Sidang/Penguji I.

  
Dra. Hj. Mukhlisani, M.M.  
NIP 19640512 200003 2 001

Penguji II.

  
Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag.  
NIP 19731016 200012 1 001

Penguji III.

  
M. Toriq Nurhadiansyah, S.Ag, M.Si.  
NIP 19690227 200312 1 001

Yogyakarta, 20 April 2015

Dekan,



  
D. Nurjannah, M.Si.  
196003101987032001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281 email. [fd@uin-suka.ac.id](mailto:fd@uin-suka.ac.id)

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada :  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ita Rosita

NIM : 10240003

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Skema *Murabahah* di Perseroan Terbatas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta (Tinjauan Teori Michael Porter)

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 9 Maret 2015

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



*[Signature]*  
Drs. Muhammad Rosyid, M. Si.  
NIP. 19670104 199303 1 003

Pembimbing,

*[Signature]*  
Dra. Hj. Mikhniati, M.M.  
NIP. 19640512 200003 2 001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ita Rosita  
NIM : 10240003  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Skema *Murabahah* di Perseroan Terbatas Bank Syariah Mandiri Kepala Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta (Tinjauan Teori Michael Porter) adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 11 Maret 2015

ng menyatakan,  
  
METERAI  
TEMPEL  
PAJAK PEMBAYARAN BANGSA  
TGL  
20  
2237AACF474072920  
ENAM RIBU RUPIAH  
6000  
DJP

Ita Rosita

NIM. 10240003

## *HALAMAN PERSEMBAHAN*

*Karya ilmiah ini penyusun persembahkan kepada:*

*Kedua Orang Tuaku Tercinta, Doa yang tiada hentinya,  
Limpahan Kasih Sayang serta Dukungan dan Motivasinya*

*Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, untuk Ilmu  
dan Pengalaman yang tak terlupakan selama menjadi  
Mahasiswa*

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ  
اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Wahai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan (pikirkan, lihat, kaji ulang, evaluasi) apa yang telah dilakukan, perencanaan untuk hari esok (akhirat) dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Q.S A-Hasyr: 18).

“Kita adalah yang kita pikirkan..  
So...  
positive thinking”

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat serta hidayah\_Nya, nikmat berupa kesehatan, kesabaran dan petunjuk sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang membawa kita semua dari zaman jahiliyyah menuju zaman yang terang benderang, zaman yang serba canggih, seperti zaman modern ini.

Penulisan skripsi ini adalah salah satu tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam di Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Strategi ini merupakan kajian tentang strategi pemasaran produk pembiayaan skema *murabahah* di PT Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta (Tinjauan Teori Michael Porter). Penyusun menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dapat menyelesaikan Laporan ini tidak lepas dari peran serta berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penyusun menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Drs. H. Akh. Minhaji, MA, Ph. D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Dr. Nurjannah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dra. Hj. Mikhriani, M.M., selaku Dosen Pembimbing skripsi dan Penasehat Akademik yang telah sabar dalam membimbing dan meluangkan waktunya guna memberikan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Dakwah yang telah memberikan ilmunya.
6. Ibu Tejhawati selaku Kepala bagian Administrasi jurusan Manajemen Dakwah yang telah membantu kelancaran skripsi penyusun.
7. Seluruh TU Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu mengarahkan administrasi penyusun, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
8. Bapak Jaka Triyana selaku *Sub Branch Manager* BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta yang telah mengizinkan penyusun melakukan kegiatan penelitian dan meluangkan waktu guna memberikan informasi.
9. Ibu Arfina Puspitasari selaku *Retail Banking Officer* yang meluangkan waktu guna memberikan data dan informasi.
10. Bapak Edgar Hario Ranu Diro selaku *Sales Assistant* yang telah meluangkan waktu guna memberikan informasi.
11. Bapak M. Fadlil Abdallah selaku *Back Office* yang telah memberikan data dan dokumen-dokumen untuk penyusun.



12. Seluruh karyawan BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta yang telah membantu penyusun sehingga penyusun dapat melakukan kegiatan penelitian dengan lancar.
13. Orang Tuaku tercinta Bapak Dayat dan Mamah Diah yang selalu memberikan motivasi serta do'a yang tiada hentinya.
14. Aank Miftah, terima kasih untuk segala motivasinya dan dukungannya.
15. Teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2010, Diah, Dian, Urna, Cenul, Juna, Anwar, Emi, Dewi, Wulan, Nurul, Rahma, Rahmad, Iman, Bagus, Johan, Aji Suprio, Nafi, Ali, Mukhlis.
16. Sahabat-sahabati PMII yang sangat inspiratif, Nisa, Diah, Cenul, Juna, Ida, Muslimah, Mae, Faizah, Nafi, Iman, Bagus, Mbok Dar, Gatot, Iqbal, Faiz.
17. Warga KPM Galuh Rahayu Ciamis-Yogyakarta, Teh Nopi, Sarah, Meita, A Anan, A Noe.
18. Teman-teman KKN 80, Kalibawang, Dsn. Paras, Momo, Nida, Risma, Bang Halim, Kiki.
19. Teman-teman "Kost Khorunnisa", Nisa, Anjar, Uda, Iyah, Alya, Iffa, Sarah, Wiwik, Eva, Mbok Darso, Teh Nopi, Mbak Ai, Mutma, Mbak Mela, Mbak Dede.
20. Teman-teman selama kerja di Carefour, Diah, Anjar, Abduh, Sintia, Heti, Rahmad.

Akhirnya kepada Allah SWT penyusun panjatkan doa dan harapan semoga apa yang telah kita lakukan dapat bermafaat dan menjadi berkah serta mendapat

Rodho\_Nya. Dan semoga skripsi ini menjadi ilmu yang bermanfaat bagi penyusun khususnya, dan pembaca pada umumnya. *Aamiin*.

*Wassalamu'alaikum wr.wb*

Yogyakarta, 1 April 2015

Penyusun,



**Ita Rosita**

**NIM. 10240003**



## ABSTRAK

Ita Rosita, Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Skema *Murabahah* di Perseroan Terbatas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta (Tinjauan Teori Michael Porter), Skripsi, Manajemen Dakwah, Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Aset bank syariah yang belum mencapai 5% dari aset perbankan nasional, dan masih banyak masyarakat yang belum terlalu faham dengan konsep syariah sedangkan potensi pasar bank syariah masih sangat terbuka luas. Melihat hal tersebut, BSM perlu meningkatkan strategi dalam *marketing* guna bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Selama 22 tahun BSM hadir di Indonesia, sedangkan Bank Konvensional telah hadir ratusan tahun. Oleh karena itu, BSM harus mempunyai strategi yang tepat agar produk yang ada di BSM mampu diterima oleh masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dengan tinjauan teori Michael Porter. Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran suatu produk yang diterapkan oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dengan tinjauan teori Michael Porter. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan Subjek penelitian yaitu *Sub Branch Manager, Retail Banking Officer, Sales Assistant, Back Office*, dan nasabah pengguna produk pembiayaan skema *murabahah*. Objek penelitian ini adalah strategi pemasaran yang diterapkan oleh BSM KCP Ambarukmo. Metode pengumpulan data terdiri dari metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil dari penelitian ini, BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta telah menerapkan strategi yang tepat sesuai dengan salah satu Strategi Tiga Generik yaitu *differentiation*. Kemudian menganalisis persaingan industry dengan tinjauan teori Michael Porter yaitu *Five Foces Model* yang meliputi persaingan dalam industri (*industry competitors*), pemasok (*suppliers*), pembeli (*buyers*), ancaman pendatang baru (*potential entrants*), dan ancaman produk pengganti (*substitusi*). Hal tersebut terbukti dengan produk pembiayaan skema *murabahah* yang ada di Bank Syariah tidak terdapat di Bank Konvensional dan harga yang ditawarkan yaitu angsuran tepat. Hal tersebut akan menarik minat masyarakat.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Michael Porter, *Differentiation*, BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah .....	13
D. Tujuan Penelitian .....	14
E. Kegunaan Penelitian .....	14
F. Tinjauan Pustaka .....	15
G. Kerangka Teori .....	18
H. Metode Penelitian .....	34
I. Sistematika Pembahasan .....	42

J. Kerangka Penelitian dan Skema Alur Penelitian .....	43
--	----

## **BAB II GAMBARAN UMUM PT BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU AMBARUKMO YOGYAKARTA**

A. Letak Geografis .....	46
B. Sejarah Berdiri .....	47
C. Profil BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta .....	50
D. Logo BSM .....	50
E. Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Bank Syariah Mandiri .....	51
F. Produk-Produk Pembiayaan Bank Syariah Mandiri .....	52
G. Struktur Organisasi BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta .....	60
H. <i>Job Description</i> Bagian Pemasaran (Intruksi Intern) .....	62

## **BAB III ANALISIS HASIL PENELITIAN**

A. Pelaksanaan Penelitian .....	63
B. Analisis Hasil Penelitian .....	63
1. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i> PT BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dalam Persaingan Industri (Teori Michael Porter) .....	63
a. Strategi Tiga Generik .....	68
1) Strategi Diferensiasi ( <i>Differentiation</i> ) .....	68
2) Strategi Kepemimpinan Biaya Menyeluruh ( <i>Over All Cost Leadesship</i> ) .....	71
3) Strategi Fokus ( <i>Focus</i> ) .....	73
b. <i>Five Forces Model</i> .....	74

1) Pesaing Antar Industri .....	76
2) Pemasok ( <i>Supplier</i> ) .....	79
3) Nasabah sebagai Pembeli ( <i>Buyer</i> ) .....	83
4) Ancaman Pendatang Baru .....	86
5) Produk Pengganti ( <i>Substitusi</i> ) .....	89

#### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	93
B. Saran-Saran .....	94

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	96
-----------------------------	----

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keunggulan dan Kelemahan Strategi Kepemimpinan Biaya .....	25
Tabel 1.2 Keunggulan dan Kelemahan Strategi Diferensiasi .....	26
Tabel 1.3 Keunggulan dan Kelemahan Strategi Fokus .....	27
Tabel 3.1 Hasil Penelitian Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Skema <i>Murabahah</i> di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta Tinjauan Teori Michael Porter .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkatan Strategi .....	22
Gambar 1.2 Matriks Strategi Generik .....	23
Gambar 1.3 Model Lima Kekuatan Persaingan .....	29
Gambar 1.4 Triangulasi Metode .....	40
Gambar 1.5 Triangulasi Sumber .....	40
Gambar 1.6 Kerangka Pikir Penelitian .....	43
Gambar 1.7 Skema Alur Penelitian .....	44
Gambar 2.1 Logo 1 .....	49
Gambar 2.2 Logo 2 .....	49
Gambar 2.3 Struktur Organisasi BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta .....	60
Gambar 3.1 Diagram Analisis Persaingan Industri Bank Syariah .....	75
Gambar 3.2 Analisis Persaingan Industri Skema Murabahah .....	76



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Dalam penelitian ini penulis memilih judul **Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Skema *Murabahah* di Perseroan Terbatas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta (Tinjauan Teori Michael Porter)**. Untuk mempermudah pemahaman terhadap istilah-istilah dalam judul penelitian ini dan untuk menghindari kesalahpahaman, maka penulis memandang perlu untuk menegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Strategi

Strategi yaitu rencana, kadang-kadang dalam garis besar saja, untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, biasanya dikuantifikasi dan lebih sering atas dasar waktu yang relatif lama.<sup>1</sup> Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai.<sup>2</sup> Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.<sup>3</sup>

Dari pengertian diatas, maka yang dimaksud dengan strategi dalam penelitian ini adalah perencanaan yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah

---

<sup>1</sup> Norman A. Hart, dkk, *Kamus Marketing* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hlm. 200.

<sup>2</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep Edisi 12 Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 18.

<sup>3</sup> J David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, tt), hlm. 4.

Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta dalam memasarkan produk pembiayaan skema *murabahah* dalam jangka panjang.

## 2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.<sup>4</sup> Pemasaran juga diartikan sebagai proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.<sup>5</sup>

Dari pengertian diatas, yang dimaksud dengan pemasaran dalam penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana proses pemasaran yang dijalankan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta dalam memperkenalkan ataupun mengembangkan produknya, agar bisa diterima oleh masyarakat sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

## 3. Produk Pembiayaan Skema *Murabahah*

*Murabahah* (*al-bai' bi tsaman ajil*) lebih dikenal sebagai *murabahah* saja. *Murabahah*, yang berasal dari kata *rhibu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli.

---

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (ttp: PT Macanan Jaya Cemerlang, tt), hlm. 6.

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Edisi Keenam Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, tt), hlm. 4.

Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*).<sup>6</sup>

*Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa *required rate of frofit*-nya (keuntungan yang diperoleh).<sup>7</sup>

Produk pembiayaan skema *murabahah* yang ada di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta ini bertujuan bagi mereka yang melakukan pembiayaan dalam bentuk barang tertentu seperti rumah, kendaraan bermotor, mesin, dan investasi seperti gudang. Harga *margin*-nya telah disepakati oleh pihak Bank Syariah Mandiri juga pihak nasabah. Dalam penelitian ini, bagaimana PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta dalam memasarkan produk pembiayaan skema *murabahah* tersebut.

#### **4. PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta**

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan

---

<sup>6</sup> Adiwarman A. Karim, *Edisi Kelima Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013), hlm. 68.

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm. 113.

taraf hidup rakyat.<sup>8</sup> Sedangkan bank islam atau biasa disebut dengan bank syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadits Nabi SAW.<sup>9</sup>

Perseroan Terbatas (selanjutnya disingkat PT) Bank Syariah Mandiri (selanjutnya disingkat BSM) Kantor Cabang Pembantu (selanjutnya disingkat KCP) Ambarukmo Yogyakarta merupakan salah satu bank yang berada di Sleman, Yogyakarta. BSM yang akan dijadikan tempat penelitian ini beralamat di Jalan Laksda Adi Sucipto Nomor 167, Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ambarukmo Blok I, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta. BSM ini terletak di daerah yang sangat strategis karena berada di lokasi yang dekat dengan jalan utama, juga pusat perbelanjaan salah satunya yaitu Ambarukmo Plaza, Pasar Gowok, dan beberapa rumah toko (ruko), sehingga memudahkan dalam pemasaran maupun mengembangkan produk pembiayaan skema *murabahah* tersebut.

## 5. Teori Michael Porter

Dalam penelitian ini, penyusun menggunakan strategi generik dari Michael Porter dan menganalisis lingkungan industri dengan teori Michael Porter yaitu *Five Forces Model*. Menurut Porter dalam sebuah jurnal, jika sebuah perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memilih prinsip berbisnis yaitu produk

---

<sup>8</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 49.

<sup>9</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2005), hlm. 13.

dengan harga tinggi atau produk yang berbiaya rendah, bukan keduanya. Berdasarkan prinsipnya itu Porter menyatakan ada tiga prinsip *generic strategy*, yaitu diferensiasi (*differentiation*), kepemimpinan biaya menyeluruh (*over all cost leadership*), dan fokus (*focus*).<sup>10</sup>

Dalam sebuah jurnal ekonomi pembangunan, mengungkapkan lima kekuatan persaingan (*Five Competitive Forces*) yang menentukan kekuatan perusahaan dalam industri untuk mendapat keuntungan yang memadai. Lima kekuatan ini yang menentukan struktur industri dan intensitas persaingan. Lima kekuatan tersebut yaitu ancaman produk pengganti (*threats of substitute products*), ancaman pesaing yang ada (*threats of industry competitors*), ancaman pendatang baru (*threats of potential new entrants*), daya tawar pemasok (*bargaining power of buyer*), serta daya tawar konsumen (*bargaining power of supplier*).<sup>11</sup>

Berdasarkan penegasan judul tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Skema *Murabahah* di Perseroan Terbatas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta (Tinjauan Teori Michael Porter)” adalah menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh BSM untuk mengembangkan produk pembiayaan skema *murabahah* dengan mengacu kepada salah satu strategi generik dan menganalisis lingkungan industri

---

<sup>10</sup> <http://repository.usu.ac.id> diakses pada tanggal 4 November 2014 pukul 09.44 WIB.

<sup>11</sup> Hasan, “Analisis Industri perbankan Syariah di Indonesia”, *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, Vol. 1: 1 (Juli 2011), hlm. 2.

dengan tinjauan teori Michael Porter *Five Forces Model*. sehingga mampu diterima oleh masyarakat dan mencapai sasaran dengan tepat.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Dunia perekonomian yang terus berubah seiring berjalannya waktu, tidak dapat dipungkiri adanya persaingan bisnis antar perusahaan untuk terus bertahan dalam kondisi perekonomian yang semakin kompetitif. Hal inilah yang menjadi acuan suatu perusahaan untuk terus berusaha melakukan inovasi-inovasi terhadap suatu produk dan jasa yang menjadi pendukung utama keberhasilan perusahaan untuk mampu bersaing. Seiring dengan berkembangnya suatu bisnis yang membuat persaingan menjadi ketat, banyak perusahaan berlomba-lomba meningkatkan fasilitas, prasarana, dan berbagai manfaat lainnya kepada pelanggan. Hal tersebut juga terjadi pada industri perbankan, termasuk perbankan syariah dengan memberikan fasilitas dan manfaat untuk memenuhi kebutuhannya, serta dapat bersaing dengan para kompetitor.

Tingkat intensitas persaingan dalam suatu industri atau pasar berakar dari tiga macam bentuk dasar industri atau pasar yang para ahli ekonomi dibagi menjadi persaingan sempurna, monopoli, persaingan tidak sempurna. Tujuan dari pembagian ini agar dapat memprediksi tingkah laku harga dari sebuah perusahaan yang berada pada setiap bentuk.<sup>12</sup>

Di Indonesia telah terdapat Undang-Undang (UU) Nomor 5 tahun 1999 yang mengatur tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan

---

<sup>12</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Binarupa Aksara, tt), hlm. 52.

Usaha Tidak Sehat. Maksud dari undang-undang ini adalah untuk melindungi kepentingan umum yaitu efisiensi ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memastikan kesempatan yang sama bagi perusahaan besar, sedang dan kecil, serta mencegah adanya praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.<sup>13</sup> Sementara hasil kajian Komisi Pengawas dan Persaingan Usaha (KPPU) menemukan indikasi bahwa industri perbankan Indonesia cenderung bersifat monopolistik. Artinya, produk dan jasa bersifat heterogen atau sangat terdiferensiasi, yang nampaknya dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti aset serta modal bank. Artinya, bank dengan modal terbatas dapat diduga memiliki tingkat deferensiasi yang lebih rendah dibanding bank dengan modal yang lebih besar. Dalam kondisi persaingan monopolistik tersebut, maka masing-masing bank memiliki *market power* dalam konteks tertentu.<sup>14</sup>

Bank konvensional (non syariah) dapat masuk ke dalam industri perbankan syariah baik dengan mendirikan bank umum baru, maupun dengan mendirikan unit usaha syariah (UUS). Hal ini memang difasilitasi dan dijelaskan secara jelas dalam Undang-Undang No. 21 tahun 2008. Dari jumlah bank dan kantor cabang, peningkatan jumlah yang pesat lima tahun terakhir. Hal ini diperkirakan akan terus berlanjut, mengingat aset bank syariah yang belum mencapai 5% dari aset perbankan nasional, sedangkan potensi pasar

---

<sup>13</sup> M. Fadhil Hasan, "Refleksi Persaingan Usaha pada Industri Telekomunikasi di Indonesia", *Bisnis dan Ekonomi Politik*: Vol. 9 No. 1 (Januari 2007), hlm. 1.

<sup>14</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 30.

bank syariah masih sangat terbuka luas. Hal ini pasti akan mendorong pemain lain untuk masuk ke dalam industri perbankan syariah.<sup>15</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Asisten Gubernur Bank Indonesia (BI) Mulya Siregar dalam sebuah artikel *website* BSM yaitu sebagai berikut:

Lembaga keuangan syariah diharapkan dapat mengoptimalkan keunikannya sehingga mampu menjadi pilihan utama dalam melayani kebutuhan keuangan masyarakat. Keunikan tersebut dapat diwujudkan melalui aspek kemasan produk yang lebih beragam dan familiar bagi masyarakat serta strategi pemasaran jitu. “Keunikan ini penting untuk mewujudkan *market share* signifikan keuangan syariah yang saat ini baru mendekati lima persen.”

Dari pernyataan demikian, bahwa perkembangan pemasarannya masih memiliki kekurangan karena masyarakat belum mengetahui produk-produk bank syariah, sehingga diperlukan strategi yang tepat agar perbankan syariah dapat diterima oleh masyarakat atau konsumen. Semakin tumbuh dan berkembangnya perbankan syariah di Indonesia akan mendorong pihak bank untuk selalu mengoptimalkan kegiatan pemasarannya. Hal ini selaras dengan pernyataan sebagai berikut:

Strategi yang harus dikembangkan adalah mengkomunikasikan dengan baik keunggulan aspek syariah terutama aspek yang berhubungan dengan syariat islam seperti produk yang sesuai dengan akad. Walaupun responden bank syariah sudah dalam tahap penggunaan, namun bank syariah harus meningkatkan loyalitas responden terhadap penggunaan bank syariah dengan menjaga harapan-harapan responden, termasuk menjaga motivasi responden dalam menggunakan bank syariah karena menggunakan sistem bagi hasil, untuk menjaga syariat agama dan karena tidak menggunakan sistem bunga.

---

<sup>15</sup> Hasan, “Analisis Industri perbankan Syariah di Indonesia”, *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, Vol. 1: 1 (Juli 2011), hlm. 3.



Perubahan lingkungan sosial ekonomi dan politik menuntut bank-bank islam untuk mengembangkan pasar melakukan inovasi dan kreativitas dalam jasa dan produk, meningkatkan pelayanan nasabah menjadi bagian penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitifnya dalam komunitas muslim.<sup>16</sup>

Banyak faktor yang menyebabkan mengapa umat Islam belum berhubungan dengan bank-syariah, antara lain Pertama, tingkat pemahaman dan pengetahuan umat tentang bank syariah masih sangat rendah. Masih banyak yang belum mengerti dan salah faham tentang bank syariah dan menganggapnya sama saja dengan bank konvensional, bahkan sebagian ustadz yang tidak memiliki ilmu yang memadai tentang ekonomi Islam (ilmu ekonomi makro; moneter) masih berpandangan miring tentang bank syariah. Kedua, belum ada gerakan bersama dalam skala besar untuk mempromosikan bank syariah. Ketiga, terbatasnya pakar dan SDM ekonomi syari'ah. Keempat, peran ulama, ustaz dan dai' masih relatif kecil. Kelima, para akademisi di berbagai perguruan tinggi, termasuk Perguruan Tinggi Islam belum optimal. Keenam, peran ormas Islam juga belum optimal membantu dan mendukung gerakan bank syariah. Terbukti mereka masih banyak yang berhubungan dengan bank konvensional. Ketujuh, dan ini yang paling utama, Bank Indonesia dan bank-bank syariah belum menemukan strategi jitu dan ampuh dalam memasarkan bank syariah kepada masyarakat luas<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, hlm. 27-28.

<sup>17</sup> <http://www.pesantrenvirtual.com/>, diakses pada tanggal 5 Oktober 2014, pukul 10.26 WIB.

Hal utama yang menjadi dasar perlu adanya pemasaran bagi perusahaan adalah karena produk yang dihasilkannya tidak bisa mencari konsumennya sendiri. Oleh karena itu, di setiap korporat selalu terdapat bidang khusus yang menangani distribusi produk mereka agar sampai ke tangan konsumen. Divisi tersebut dinamakan divisi pemasaran, yang di dalamnya termasuk bagian penjualan.<sup>18</sup>

Semakin ketatnya kompetisi di antara perusahaan, menjadikan bidang pemasaran ini mendapat perhatian sangat serius dari para ahli, karena ia merupakan bagian yang penting dalam sebuah perusahaan. Betapa pun bagus sebuah produk, tanpa didukung pemasaran yang memadai, akan menjadi sia-sia. Kualitas sebuah produk memang menentukan daya tarik bagi konsumen, tetapi tanpa didukung model pemasaran yang memadai, akan sulit sampai ke tangan konsumen. Sebuah produk barang atau jasa tidak akan dibeli apabila konsumen tidak mengetahui kegunaannya, keunggulannya, dimana produk dapat diperoleh dan berapa harganya.

Untuk itu perlu strategi jitu memasarkan bank syariah kepada masyarakat. Pola dan sistem pemasaran bank syariah selama ini masih belum tepat dan perlu perubahan-perubahan mendasar. Sistem dan strategi pemasaran bank syariah selama ini belum bisa membuahkan pertumbuhan cepat atau loncatan pertumbuhan (*quantum growing*) yang memuaskan. Karena itu tidak aneh jika *market share* bank syariah masih berkisar di angka 1,5 %. Padahal

---

<sup>18</sup> Nilam Sari, "Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam", *Media Syariah*: Vol. XIV No. 2 (Juli-Desember 2012), hlm. 200.

bank syariah telah berkembang pesat sejak tahun 2000. Bahkan Bank Muamalat telah berkembang sejak tahun 1992.

Kegiatan untuk menggugah ketertarikan dan minat masyarakat untuk memanfaatkan produk dan layanan perbankan syariah harus terus dilakukan. Namun disadari bahwa kegiatan ini merupakan *cost center* bagi bank syariah. Selama ini kegiatan sosialisasi dan edukasi perbankan syariah didukung oleh Bank Indonesia melalui program '*iB Campaign*' baik melalui media masa (iklan layanan masyarakat), syariah expo, penyelenggaraan *workshop* atau seminar, dan sebagainya. Prospek pengembangan perbankan syariah juga didukung faktor gencarnya program edukasi dan sosialisasi yang dilakukan BI. Strategi pemasaran *IB Branding* dan dukungan perbankan syariah dalam beragam kegiatan pameran, turut memberikan andil mendorong perkembangan industri tersebut.<sup>19</sup>

strategi pengembangan perbankan syariah tak bisa sekadar mengharapkan kesadaran masyarakat. "Bukan hanya (mengandalkan) *awareness* masyarakat, tetapi harus menggiring masyarakat mencoba secara langsung produk-produk perbankan syariah," katanya, pekan lalu. Dasar pemikiran inilah yang membuat BI mendorong perbankan syariah terlibat dalam beragam pameran.

Kelemahan perbankan syariah diantaranya adalah diferensiasi produk yang tidak sefleksibel perbankan konvensional karena dibatasi dengan aturan-aturan syariah, dan harus mendapat persetujuan Dewan Pengawas Syariah dan sesuai dengan rekomendasi Dewan Syariah Nasional. Disinilah peran Dewan Syariah Nasional diperlukan untuk melakukan penelitian dan pengembangan produk-produk keuangan syariah ke depan sehingga dapat memenuhi

---

<sup>19</sup> [www.syahiahmandiri.co.id](http://www.syahiahmandiri.co.id), diakses pada tanggal 4 Desember 2014 pukul 12.40 WIB.

kebutuhan keuangan masyarakat tanpa bertentangan dengan ketentuan syariah.<sup>20</sup>

Tantangan bagi bank syariah adalah harus menonjolkan aspek-aspek yang logis dan *real* bagi responden agar penggunaan bank syariah lebih karena faktor ekonomi islam yang ideal. Hal ini berbeda dengan negara lain yang peranan produk-produk di sektor keuangan (pasar uang dan pasar modal) lebih dominan. Secara esensi, struktur pengembangan keuangan syariah di Indonesia akan lebih kuat dibanding dengan negara lain. Potensi dan tantangan bank syariah yaitu mengenai transisi pengawasan dari BI serta Bapepam-LK ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK), baik dalam penyesuaian regulasi maupun keberlanjutan program sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat.<sup>21</sup>

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank yang bergerak dibidang perbankan syariah. Usaha yang dilakukan BSM dalam menghadapi persaingan adalah dengan menyediakan produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, salah satunya dengan menyediakan produk pembiayaan skema *murabahah*. Begitu halnya dengan BSM KCP Ambarukmo dengan melakukan pembiayaan skema *murabahah*. Tantangan yang dihadapi oleh BSM KCP Ambarukmo sendiri yaitu masyarakat belum mengetahui konsep produk perbankan syariah termasuk produk pembiayaan skema *murabahah*. Oleh karena itu, BSM KCP Ambarukmo harus memformulasikan strategi pemasaran yang paling tepat bagi produknya agar tujuan-tujuan

---

<sup>20</sup> Hasan, "Analisis Industri perbankan", hlm. 2.

<sup>21</sup> [www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id), diakses pada tanggal 4 Desember 2014 pukul 12.50 WIB.

perusahaan dapat tercapai. Karena strategi yang tepat dan terarah merupakan kunci sukses pemasaran suatu produk.

Dengan adanya permasalahan demikian, penulis merasa perlu menganalisis strategi yang diterapkan oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta. Dalam hal ini penulis akan meneliti bagaimana strategi yang dipakai oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dalam memperkenalkan maupun mengembangkan produknya, khususnya dalam strategi pemasaran produk pembiayaan skema *murabahah*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan salah satu dari strategi generik kemudian menganalisis lingkungan industri dengan menggunakan tinjauan teori Michael Porter yaitu *Five Forces Model*.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan permasalahannya, yaitu bagaimana strategi pemasaran dalam memperkenalkan dan mengembangkan produk pembiayaan skema *murabahah* yang ada di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dengan mengacu kepada salah satu dari Strategi Generik apakah *Differentiation*, *Over all Cost Leadership* atau *Focus*. Kemudian menganalisis lingkungan industri dengan tinjauan teori Michael Porter *Five Forces Model* yang meliputi persaingan dalam industri (*industry competitors*), pemasok (*supplier*), pembeli (*buyer*), pendatang baru (pesaing), dan produk pengganti (*substitusi*)?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan skema *murabahah* yang diterapkan oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta, agar masyarakat mengetahui konsep yang dijalankan oleh BSM dan kemudian akan berkembang dikalangan masyarakat juga menambah keuntungan bagi pihak BSM.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik kegunaan teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

##### **1. Kegunaan Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan ilmiah juga perkembangan ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran khususnya dalam bidang lembaga keuangan yaitu BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dan umumnya untuk lembaga ataupun organisasi lainnya.

##### **2. Kegunaan Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai upaya yang dilakukan pihak BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas strategi pemasaran serta mempertahankannya, agar dapat bertahan dalam industri persaingan yang semakin kompetitif, karena strategi yang baik akan mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkesinambungan, bukan bersifat sementara.

## F. Tinjauan Pustaka

### 1. Kajian Empirik

Telaah pustaka dilakukan untuk melihat hasil penelitian terdahulu yang mempunyai kesamaan dalam topik pembahasan. Setelah penulis melakukan telaah pustaka ada beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji tentang topik yang sama. Penelitian-penelitian terdahulu tersebut hanya mempunyai kesamaan pada tinjauan teori Michael Porter nya saja.

Skripsi yang ditulis oleh Ika Muslimatun yang berjudul *Strategi Pemasaran Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta (Tinjauan Teori Michael Porter)* yang membahas tentang strategi pengembangan produk yang mengacu pada salah satu strategi generik yaitu *differentiation*, karena di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah tersebut sudah menerapkan strategi yang tepat sesuai dengan tinjauan teori Mihael Porter, yaitu *five forces model*.<sup>22</sup>

Kemudian skripsi Apriyani Eko Winingsih yang berjudul *Strategi Bersaing Ar-Ruzz Media dalam Persaingan Bisnis Penerbitan (Tinjauan Teori Michael Porter)* yang membahas tentang strategi bersaing dengan

---

<sup>22</sup> Ika Muslimatun, Strategi Pemasaran Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta (Tinjauan Teori Michael Porter), *Skripsi* tidak diterbitkan, (Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011).

tinjauan Michael Porter yang menganalisis lingkungan industri kemudian pemilihan strategi dengan tiga strategi generik yaitu *differentiation*.<sup>23</sup>

Skripsi Miss Atiyah Hengdada yang berjudul *Strategi Pemasaran Produk Murabahah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Formes Sleman Yogyakarta*, membahas tentang strategi pemasaran produk *murabahah* yang menerapkan pemasaran proaktif, yaitu pemasaran tersebut dilakukan dengan cara efektif dan efisien, penyuluhan, terintegrasi serta kesinambungan dengan berorientasi kepada konsumen yang interaktif, yaitu lembaga memberikan *Total Customer Satisfacation*.<sup>24</sup>

Hasan dalam penelitiannya yang berjudul *Analisis Industri Perbankan Syariah di Indonesia*, menjelaskan bahwa Industri perbankan syariah berkembang dengan pesat namun relatif masih kecil dibandingkan dengan perbankan nasional dan industri keuangan secara umum.<sup>25</sup>

## 2. Kajian Teoritik

Berdasarkan penelusuran yang penyusun lakukan terhadap beberapa teori yang sejenis dengan penelitian skripsi ini, terdapat beberapa teori terkait dengan penelitian skripsi ini.

---

<sup>23</sup> Apriyani Eko, Strategi Bersaing Ar-Ruzz Media dalam Persaingan Bisnis Penerbitan (Tinjauan Teori Michael Porter), *Skripsi* tidak diterbitkan, (Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012).

<sup>24</sup> Miss Atiyah Hengdada, *Strategi Pemasaran Produk Murabahah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Formes Sleman Yogyakarta*, Skripsi tidak diterbitkan, (Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014).

<sup>25</sup> Hasan, “*Analisis Industri perbankan*”, hlm. 2.



Fred R. David mengatakan bahwa strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai.<sup>26</sup> Sehingga dari teori tersebut penyusun menyimpulkan, strategi apa yang dijalankan untuk jangka panjang sehingga suatu perusahaan dapat berjalan dengan baik.

Ismail Solihin mengatakan bahwa sebuah perusahaan korporasi terdiri dari beberapa unit bisnis yang mencakup strategi korporat, strategi unit bisnis, dan strategi fungsional.<sup>27</sup> Maka penyusun menyimpulkan, tingkatan strategi apa yang menentukan suatu produk agar diterima oleh suatu konsumen.

Philip Kotler mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran suatu produk.<sup>28</sup> Sehingga dari teori tersebut penyusun menyimpulkan, bagaimana suatu produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat atau para konsumen dan bagaimana strategi yang dilakukan oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta agar para konsumen merasa tertarik dengan produk tersebut.

Perbedaan skripsi ini dengan hasil tinjauan pustaka tersebut yaitu bahwa penelitian ini lebih memfokuskan dalam hal strategi pemasaran dengan strategi unit bisnis yang mengacu kepada salah satu strategi generik yang meliputi diferensiasi (*differentiation*), kepemimpinan biaya menyeluruh (*over*

---

<sup>26</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, hlm. 18.

<sup>27</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, hlm. 188-198.

<sup>28</sup> Philip Kotler, *Edisi Keenam Manajemen*, hlm. 4.

*all cost leadership*), dan fokus (*focus*), kemudian menggunakan teknik analisis industry dari Michael Porter yaitu *five forces model* yang meliputi persaingan antar perusahaan (*Industry Competitors*), potensi masuknya pesaing baru (*potential new entrants*), produk substitusi (*substitusi product*), pemasok (*suppliers*) dan pembeli (*buyers*). Dalam hal ini penyusun mengkaji tentang bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan skema *murabahah* yang ada di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dengan mengacu kepada salah satu dari strategi generik kemudian menganalisis lingkungan industry dengan menggunakan *five forces model*. Proses ini merasa perlu dipelajari karena menurut hemat penulis banyak dikalangan masyarakat yang belum mengetahui bagaimana produk pembiayaan skema *murabahah*.

## **G. Kerangka Teori**

### **1. Tinjauan Strategi**

Strategi yang dikembangkan perusahaan melalui proses manajemen strategik bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) bagi perusahaan.<sup>29</sup> Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai.<sup>30</sup> Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> *Ibid.*

<sup>30</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, hlm. 18.

<sup>31</sup> J David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, hlm. 4.

Ada beberapa manfaat manajemen strategi, yaitu sebagai berikut:<sup>32</sup>

- a. Kegiatan perumusan strategi memperkuat kemampuan perusahaan untuk mencegah timbulnya masalah.
- b. Keputusan strategi berbaasis kelompok kemungkinan besar akan dipilih dari alternatif terbaik yang ada.
- c. Keterlibatan karyawan dalam perumusan strategi meningkatkan pemahaman mereka mengenai hubungan antara produktivitas dengan imbalan pada setiap rencana strategi sehingga hal ini akan meningkatkan motivasi mereka.
- d. Kesenjangan dan tumpang tindih kegiatan antar individu dan kelompok akan berkurang karena partisipasi dalam perumusan strategi memperjelas perbedaan peran.
- e. Resistensi terhadap perubahan akan berkurang.

Dalam penelitian ini penyusun menggunakan strategi tiga generik dari Michael Porter yaitu differensiasi (*differentiation*), kepemimpinan biaya menyeluruh (*over all cost leadership*) dan fokus (*focus*).

## 2. Tingkatan Strategi

Berbagai alternatif strategi yang akan dipilih perusahaan akan sangat bergantung pada strategi apa yang akan dibuat oleh perusahaan. Untuk sebuah perusahaan korporasi yang terdiri dari beberapa unit bisnis, maka alternatif strategi yang akan dibuat mencakup:<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 10-12.

<sup>33</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, hlm. 188-198.

a. Strategi Korporat (*Corporate Strategy*)

Menurut Barney dan Hesterly dalam buku yang berjudul Manajemen Strategik mengungkapkan bahwa strategi pada tingkat korporat (*corporate level strategy*) adalah berbagai tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dengan menjalankan usaha di berbagai pasar (*multiple markets*) atau berbagai jenis industri secara simultan.<sup>34</sup>

Menurut Whleen dan Hunger dalam buku yang berjudul Manajemen Strategik bahwa strategi korporat dapat dikelompokkan kedalam tiga kategori orientasi strategi yang sering juga disebut *grand strategy*. Ketiga *grand strategy* tersebut adalah:<sup>35</sup>

- 1) Strategi pertumbuhan (*growth strategies*), yaitu mengembangkan aktivitas usaha baik melalui konsentrasi di dalam industri yang sekarang ini dijalankan oleh perusahaan maupun melakukan diversifikasi dengan memasuki industri baru diluar industri yang selama ini menjadi domain bisnis perusahaan.
- 2) Strategi stabilitas (*stability strategy*), yaitu ditandai oleh berlanjutnya operasi perusahaan dengan aktifitasnya saat ini tanpa disertai dengan perubahan arah yang signifikan dalam pengelolaan usaha perusahaan (tidak ada penambahan produk baru maupun pasar yang baru).

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, hlm. 188.

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 188-194.

3) Strategi pengurangan usaha (*retrenchment strategy*), yaitu manakala perusahaan memiliki berbagai kelemahan pada beberapa produk atau seluruh lini produk sehingga perusahaan tidak dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang mengakibatkan kinerja perusahaan menjadi buruk, yang tercermin dari penjualan dan laba secara terus menerus.

b. Strategi Unit Bisnis (*Business Unit Strategy*)

Strategi Unit Bisnis (*Business Unit Strategy*) merupakan strategi yang dibuat pada level unit bisnis, divisi atau pada level produk dan strateginya lebih ditekankan untuk meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan di dalam suatu industri atau segmen pasar tertentu.

Berbeda halnya dengan para manajer pada level korporasi yang menyusun perencanaan ditingkat korporasi, para manajer ditingkat divisi atau bisnis (*business level or division*) akan mengembangkan perencanaan pada level bisnis (*business level plan*) yang mencakup didalamnya:

- 1) Tujuan-tujuan jangka panjang dari unit bisnis yang akan memungkinkan pencapaian tujuan korporasi
- 2) Pembuatan strategi dan struktur pengendalian pada tingkat unit bisnis atau divisi.

Strategi pada tingkat bisnis atau divisi bertujuan untuk mengembangkan suatu bisnis yang akan memungkinkan perusahaan

memperoleh keunggulan kompetitif atas pesaingnya dalam suatu pasar atau industri. Porter menyebutkan adanya tiga strategi generik yang dapat menjadi pilihan perusahaan dari berbagai industri untuk memperoleh keunggulan kompetitif bagi bisnis perusahaan. Ketiga strategi tersebut adalah kepemimpinan biaya (*cost leadership*), diferensiasi (*differentiation*), dan fokus (*focus*).

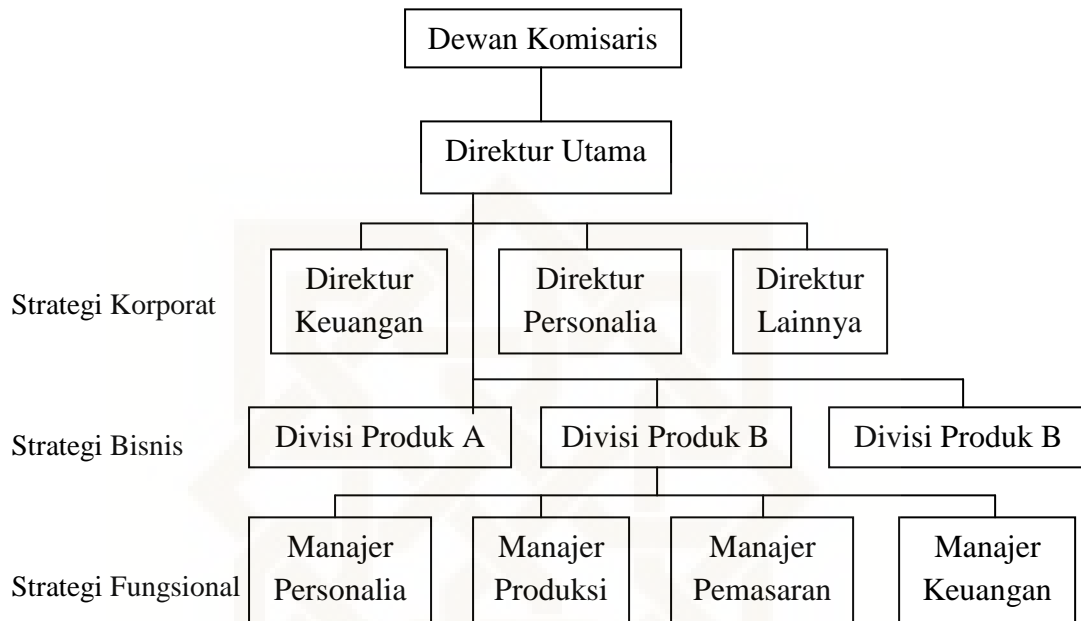
Jadi *Strategic Business Unit* (SBU) merupakan suatu unit bisnis yang memiliki produk, pembeli (pangsa pasar), dan pesaing tersendiri serta berbeda dari unit bisnis lainnya.<sup>36</sup>

c. Strategi Fungsional

Pada tingkat fungsional, para manajer fungsional yakni para manajer yang mengawasi masing-masing fungsi organisasi seperti fungsi produksi, akuntansi, pemasaran, sumber daya manusia dalam suatu divisi bisnis dari perusahaan korporasi akan mengembangkan rencana pada tingkat fungsional atau departemen (*functional level plan*).

---

<sup>36</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, hlm. 25.

**Gambar 1.1****Tingkatan Strategi**

Pada penelitian ini, tingkatan strategi perusahaan yang digunakan adalah strategi unit bisnis (*business unit strategy*). Strategi ini lebih menekankan pada posisi bersaing sebuah produk atau jasa perusahaan atau segmen pasar tertentu agar dapat bersaing dalam dunia industri dan mencapai keunggulan kompetitif.

### 3. Strategi 3 Generik

Dalam menanggulangi kelima kekuatan persaingan, ada tiga pendekatan strategi generik yang secara potensial akan berhasil mengungguli perusahaan lain dalam suatu industri, yaitu:<sup>37</sup>

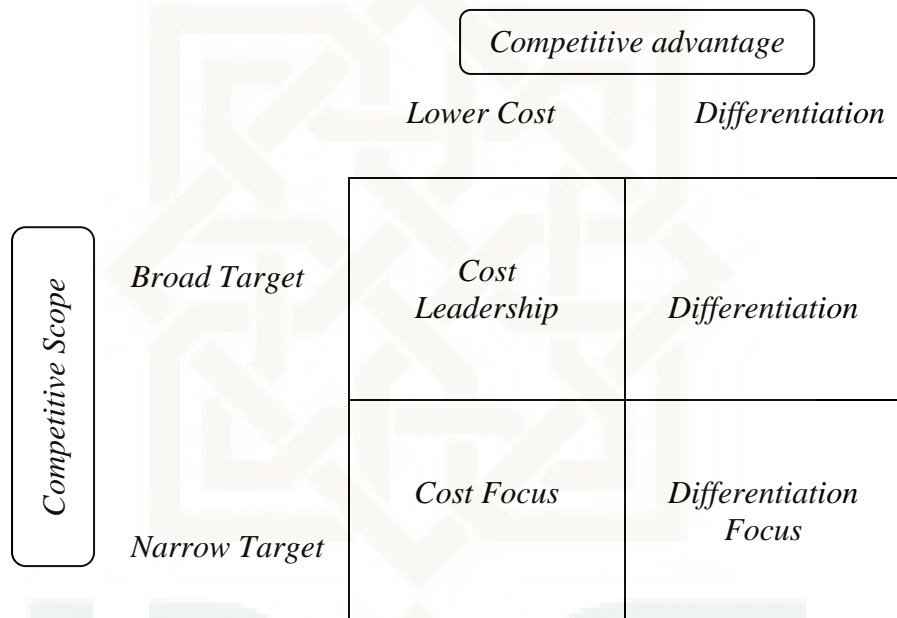
- a. Keunggulan biaya menyeluruh (*over all cost leadership*)

<sup>37</sup> Michael E. Porter, *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*, (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2007), hlm. 71.

b. Diferensiasi (*differentiation*)

c. Fokus (*focus*)

**Gambar 1.2**  
**Matriks Strategi Generik**



Sumber: Ismail Solihin (2012)

a. Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership*)

Kepemimpinan biaya adalah strategi bersaing biaya rendah yang ditujukan untuk pasar luas dan mengharuskan “membangun secara agresif fasilitas skala efisien, pengurangan harga yang gencar, pengendalian biaya dan ongkos yang ketat, penghindaran pelanggan-pelanggan yang marjinal, dan minimisasi biaya seperti R&D, pelayanan, tenaga penjual, iklan dan sebagainya. Karena biaya rendahnya itu, pemimpin biaya mampu memberikan harga yang lebih



rendah bagi produknya dibanding para pesaingnya, sambil mendapatkan laba yang cukup memuaskan.<sup>38</sup>

Berusaha untuk menjadi produsen berbiaya rendah dalam industri biasa sangat efektif ketika pasar dibangun dari banyak pembeli yang peka terhadap harga, ketika ada sejumlah cara untuk mencapai diferensiasi sebuah produk, ketika para pembeli tidak terlalu memusingkan perbedaan dari merek yang satu ke merek yang lain, atau ketika terdapat sejumlah besar pembeli dengan daya tawar yang signifikan. Gagasan pokoknya adalah menjual dengan biaya yang lebih rendah dari pesaing dengan demikian menguasai pangsa pasar dan penjualan, yang sepenuhnya mengeluarkan pesaing keluar dari pasar.<sup>39</sup>

Strategi kepemimpinan biaya (*cost leadership*) mempunyai keunggulan serta kelemahan, yaitu sebagai berikut:<sup>40</sup>



---

<sup>38</sup> J David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, hlm. 246.

<sup>39</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, hlm. 276.

<sup>40</sup> Mimin Nur Aisyah, "Peran Strategi, Sumber Daya Serta Perubahan Teknologi dan Lingkungan Terhadap Penciptaan Keunggulan Kompetitif yang Berkesinambungan", *Ekonomi dan Pendidikan*: Vol. 4 No. 1 (April 2007), hlm. 92.

**Tabel 1.1**  
**Keunggulan dan Kelemahan Strategi Kepemimpinan Biaya**

Keunggulan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perusahaan dapat mencapai return di atas rata-rata</li> <li>• Melindungi dari kompetisi oleh pesaing</li> <li>• Melindungi perusahaan dari pembeli yang berdaya beli tinggi</li> <li>• Lebih fleksibel dalam mengatasi permintaan supplier atas kenaikan harga input produksi</li> <li>• Memberikan suatu <i>entry barrier</i> melalui skala ekonomi dan keunggulan biaya</li> <li>• Posisi perusahaan yang menguntungkan atas produk substitusi yang dikenalkan oleh pesaing yang sudah ada maupun pesaing baru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terlalu banyak berfokus pada satu atau beberapa aktivitas dalam rantai nilai</li> <li>• Semua pesaing memiliki input atau bahan mentah yang sama</li> <li>• Strategi terlalu mudah ditiru</li> <li>• Kurangnya "<i>parity of differentiation</i>"</li> <li>• Terkikisnya keunggulan biaya jika informasi biaya yang tersedia untuk pelanggan meningkat</li> </ul>

b. Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*)

Diferensiasi tidak menjamin keunggulan kompetitif, khususnya jika produk standar sudah memenuhi kebutuhan konsumen atau jika imitasi yang cepat oleh pesaing dimungkinkan terjadi. Produk tahan lama yang dilindungi oleh penghambat agar tidak mudah ditiru oleh pesaing adalah yang terbaik. Diferensiasi biasa berarti fleksibilitas produk yang lebih besar, kompatibilitas yang lebih luas, biaya yang lebih rendah, layanan yang lebih baik, pemeliharaan yang lebih mudah, kenyamanan yang lebih terjamin, atau fitur yang lebih banyak.

Pengembangan produk adalah sebuah contoh dari strategi yang menawarkan keunggulan diferensiasi.<sup>41</sup>

Strategi diferensiasi (differentiation) mempunyai keunggulan dan kelemahan, yaitu sebagai berikut.<sup>42</sup>

**Tabel 1.2**  
**Keunggulan dan Kelemahan Strategi Diferensiasi**

Keunggulan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melindungi dari persaingan melalui <i>customer loyalty</i></li> <li>• Menghindari kebutuhan terhadap <i>low cost position</i> melalui peningkatan margin</li> <li>• Memberikan margin lebih tinggi sehingga memungkinkan perusahaan mengatasi <i>supplier power</i> dan mengurangi <i>buyer power</i></li> <li>• Perusahaan menikmati <i>customer loyalty</i> yang tinggi dan lebih sedikit ancaman dari pesaing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunikan yang tidak berharga atau bermanfaat</li> <li>• Terlalu banyak diferensiasi</li> <li>• Terlalu tingginya harga premium</li> <li>• Diferensiasi yang mudah ditiru</li> <li>• Dilusi pengidentifikasian <i>brand</i> melalui perluasan lini produk</li> <li>• Perbedaan persepsi diferensiasi antara penjual dan pembeli</li> </ul>

c. Strategi Fokus (*Focus Strategy*)

Strategi fokus yang berhasil bergantung pada segmen industri yang ukurannya memadai, memiliki potensi pertumbuhan yang baik, dan tidak penting bagi keberhasilan pesaing utama lainnya. Strategi-strategi seperti penetrasi pasar dan pengembangan pasar menawarkan keunggulan fokus yang substansial. Strategi fokus paling efektif ketika konsumen mempunyai preferensi atau kebutuhan khusus dan ketika

<sup>41</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, hlm. 278.

<sup>42</sup> Mimin Nur Aisyah, "Peran Strategi", hlm. 92.

perusahaan pesaing tidak berusaha untuk menspesialisasi diri di segmen target yang sama.<sup>43</sup>

Strategi fokus (focus) mempunyai keunggulan dan kelemahan, yaitu sebagai berikut:<sup>44</sup>

**Tabel 1.3**  
**Keunggulan dan Kelemahan Strategi Fokus**

Keunggulan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dapat mencapai return di atas rata-rata</li> <li>• Memberi perlindungan terhadap tekanan persaingan</li> <li>• Fokus dapat digunakan untuk memilih ceruk dimana pesaing paling lemah</li> <li>• Menghasilkan <i>entry barrier</i></li> <li>• Mengurangi pengaruh <i>supplier power</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengikisan keunggulan biaya dalam segmen yang sempit</li> <li>• Penawaran produk dan jasa yang sangat terfokus merupakan sasaran persaingan oleh pendatang baru dan peniruan</li> <li>• Perusahaan dapat menjadi terlalu terfokus pada usaha memuaskan kebutuhan pelanggan</li> </ul>

#### 4. Tinjauan Pemasaran

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.<sup>45</sup> Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok

<sup>43</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, hlm. 279-280.

<sup>44</sup> Mimin Nur Aisyah, "Peran Strategi", hlm. 93.

<sup>45</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 6.

memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.<sup>46</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori Michael Porter yaitu *Five Forces Model* tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri.

## 5. Teori Michael Porter

Model lima kekuatan Porter (*Porter's Five-Forces Model*) tentang analisa kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Menurut Porter, hakikat persaingan disuatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima:<sup>47</sup>

- a. Persaingan antar perusahaan saingan (*Industry Competitors*)
- b. Potensi masuknya pesaing baru (*Potential New Entrants*)
- c. Potensi pengembangan produk-produk pengganti (*Potential Substitusi Product*)
- d. Daya tawar pemasok (*Suppliers*)
- e. Daya tawar konsumen (*Buyers*)

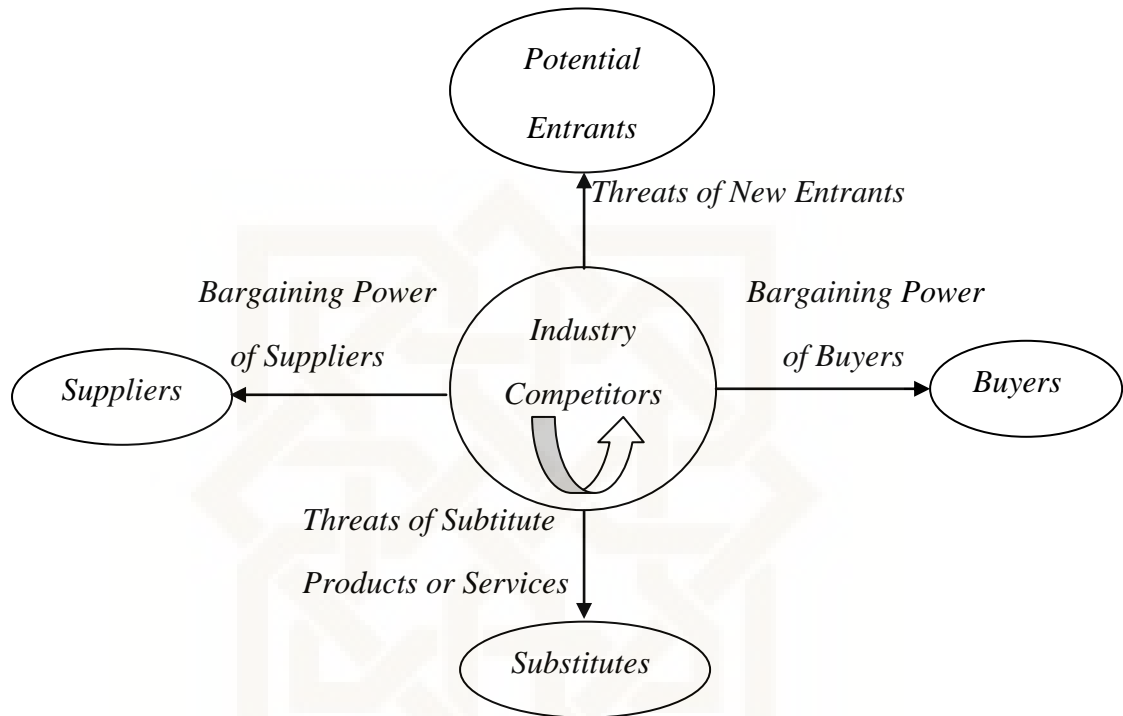
---

<sup>46</sup> Philip Kotler, *Edisi Keenam Manajemen*, hlm. 4.

<sup>47</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, hlm. 146-150.

**Gambar 1.3**

**Model Lima Kekuatan Persaingan**



a. **Persaingan Antar Perusahaan Saingan (*Industry Competitors*)**

Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perusahaan dalam strategi satu perusahaan bisa jadi ditanggapi dengan langkah balasan, seperti penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, perpanjangan garansi, dan pengintensifan iklan.

Intensitas persaingan antar perusahaan saingan cenderung meningkat ketika jumlah pesaing bertambah, ketika pesaing lebih

setara dalam hal ukuran dan kapabilitas, ketika permintaan akan produk industri itu menurun, dan ketika potongan harga menjadi lazim.

b. Potensi Masuknya Pesaing Baru (*Potential Entrants*)

Hambatan bagi masuknya perusahaan baru dapat mencakup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, kebutuhan untuk menguasai teknologi dan trik-trik praktis, kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, preferensi merek yang kuat, persyaratan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, kebijakan regulatif pemerintah, kurangnya akses ke bahan mentah, kepemilikan paten, lokasi yang kurang menguntungkan, serangan balik dari perusahaan yang diam-diam berkubu, dan potensi penyaringan pasar.

c. Potensi Pengembangan Produk Pengganti (*Substitutes*)

Hadirnya produk-produk pengganti itu meletakkan batas tertinggi untuk harga yang dapat dibebankan sebelum konsumen beralih ke produk pengganti. Batas tertinggi harga setara dengan batas tertinggi laba dan kompetisi yang lebih *intens* antar pesaing.

Tekanan kompetitif yang meningkat dari produk pengganti bertambah ketika harga relatif produk pengganti tersebut turun dan manakala biaya peralihan konsumen juga turun. Kekuatan produk pesaing biasa diukur dengan penelitian terhadap pangsa pasar yang berhasil diraih produk itu, dan juga dari rencana perusahaan tersebut untuk meningkatkan kapasitas produksi dan penetrasi pasar.

Produk pengganti (*substitusi*) ini akan mengancam apabila:<sup>48</sup>

- 1) Produk substitusi tersebut keberhasilannya cenderung meningkat.
- 2) Biaya perpindahannya (*switching cost*) rendah.
- 3) Produk substitusi dari industri yang potensi labanya tinggi.
- 4) Harga produk substitusi rendah sedangkan kualitas dan kapabilitasnya sama atau lebih besar dari produk yang disainginya.

d. Daya Tawar Pemasok (*Suppliers*)

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri, khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lain sangat tinggi. Perusahaan mungkin saja menjalankan strategi integrasi mundur untuk memperoleh kontrol atau kepemilikan dari pemasok. Strategi ini sangat efektif manakala pemasok tidak dapat dipercaya, terlalu mahal, atau tidak sanggup memenuhi kebutuhan perusahaan secara konsisten.<sup>49</sup>

Menurut Porter dalam sebuah jurnal yang berjudul Analisis Industri Perbankan Syariah di Indonesia, bahwa pemasok atau kelompok pemasok kuat jika beberapa persyaratan berikut ini dipenuhi:<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Endah Prapti, *Pemasaran Startegik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 36-37.

<sup>49</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, hlm. 150.

<sup>50</sup> Hasan, "Analisis Industri perbankan", hlm. 7-8



- 1) Industri pemasok didominasi oleh sedikit perusahaan, tetapi menjual ke banyak perusahaan.
- 2) Produk atau jasanya unik dan atau produk itu mempunyai biaya pengganti yang menambah kekuatan.
- 3) Produk pengganti tidak tersedia.
- 4) Industri pembeli membeli hanya sebagian kecil barang atau jasa dari kelompok pemasok dan itu tidak penting bagi pemasok.

e. Daya Tawar Konsumen (*Buyers*)

Ketika konsumen berkonsentrasi atau berbelanja atau membeli dalam volume besar, daya tawar mereka dapat merepresentasikan kekuatan besar yang memengaruhi intensitas persaingan di suatu industri. Daya tawar konsumen juga lebih tinggi ketika produk yang dibeli adalah standar atau tidak terdiferensiasi.<sup>51</sup>

Daya tawar konsumen dapat menjadi kekuatan terpenting yang memengaruhi keunggulan kompetitif. Konsumen memiliki daya tawar yang semakin besar dalam kondisi-kondisi berikut:<sup>52</sup>

- 1) Jika mereka dapat dengan mudah dan murah beralih ke merek atau pengganti pesaing.
- 2) Jika mereka menduduki tempat yang sangat penting bagi penjual.
- 3) Jika penjual menghadapi masalah menurunnya permintaan konsumen.

---

<sup>51</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, hlm. 151.

<sup>52</sup> *Ibid.*

- 4) Jika mereka memegang informasi tentang produk, harga, dan biaya penjual.
- 5) Jika mereka memegang kendali mengenai apa dan kapan mereka biasa membeli produk.

## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Sebagai penelitian lapangan, maka data yang dicari adalah data primer yaitu langsung melalui tempat penelitian sebagai sumber informasi, dalam hal ini adalah BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dengan tinjauan teori Michael Porter yaitu *Five Forces Model*.

Menurut Jhon W. Creswell mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia berdasarkan pada penciptaan gambar holistik yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar ilmiah.<sup>53</sup>

### 2. Subyek dan Obyek Penelitian

#### a. Subjek Penelitian

---

<sup>53</sup> Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: Alfabeta, cv, 2013), hlm. 2-3.

Subjek penelitian adalah orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti.<sup>54</sup>

Sumber informan dalam penelitian ini adalah:

- 1) *Sub Branch Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta
- 2) *Retail Banking Officer* (RBO)
- 3) *Sales Assistant* (SA) RBO
- 4) *Back Office*
- 5) Nasabah produk pembiayaan skema *murabahah*

b. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran dalam memperkenalkan dan mengembangkan produk pembiayaan *murabahah* yang ada di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dengan mengacu kepada salah satu dari strategi generik yaitu diferensiasi (*differentiation*), kepemimpinan biaya menyeluruh (*over all cost leadership*) dan fokus (*focus*), kemudian menganalisis lingkungan industri dengan tinjauan teori Michael Porter yaitu *Five Forces Model* yang meliputi persaingan dalam industri (*industry competitors*), pemasok (*supplier*), pembeli (*buyer*), pendatang baru (*potential entrants*), dan produk pengganti (*substitusi*)

---

<sup>54</sup>Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Grafindo Persada, 1998), hlm. 135.

### 3. Sumber Data

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.<sup>55</sup> Dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan beberapa informan serta nasabah produk pembiayaan skema *murabahah* dari BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta yang akan menjadi sumber informasi.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: struktur data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini.<sup>56</sup> Dalam penelitian ini adalah data-data atau arsip-arsip tertulis lainnya yang diperoleh dari BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta yaitu dari hasil observasi maupun dokumentasi.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Triangulasi

---

<sup>55</sup> Wahyu Purhantara, *Metode penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 79.

<sup>56</sup> *Ibid.*

teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.<sup>57</sup>

Data yang dikumpulkan dari sumber utama yaitu BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain.<sup>58</sup>

Wawancara yang penyusun lakukan adalah wawancara tidak terstruktur dan via telepon. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.<sup>59</sup> Wawancara via telepon yaitu pewawancara menanyai para responden melalui telepon dan merekan jawaban mereka (seringkali dengan bantuan komputer).<sup>60</sup> Wawancara ini

---

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 397.

<sup>58</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 138.

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011).

<sup>60</sup> Janet M, Ruane, *Dasar-Dasar Metode Penelitian*, (Bandung: Nusa Media, 2013).

penyusun gunakan untuk mendapatkan data tentang strategi pemasaran yang diterapkan oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta. Wawancara ini ditujukan kepada:

- 1) Kepala KCP atau *Sub Branch Manager* BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta, tujuannya adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta.
- 2) *Retail Banking Officer* (RBO) BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta, tujuannya untuk mengetahui perkembangan tentang strategi pemasaran yang diterapkan oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta.
- 3) *Sales Assistant* RBO BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta, tujuannya adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta,
- 4) *Back Office* BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta, tujuannya adalah untuk mengetahui data-data atau arsip-arsip yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
- 5) Nasabah pengguna produk pembiayaan skema *murabahah* BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta, tujuannya adalah untuk mengetahui apakah strategi yang dijalankan sesuai dengan harapan nasabah atau tidak.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan salah satu bentuk pengumpulan data primer. Observasi merupakan suatu cara yang sangat bermanfaat, sistematis dan selektif dalam mengamati dan mendengarkan interaksi atau fenomena yang terjadi.<sup>61</sup>

Dalam hal ini penyusun mengamati situasi dan kondisi BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta yang berkenaan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* yang diterapkan oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta.

c. Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak, dan foto. Sifat utama data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga member peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam.<sup>62</sup> Dokumen yang diperoleh yaitu berupa brosur, dari catatan, website BSM, dan dokumen lainnya yaitu dengan cara menyalin dan menganalisis serta mengolah kembali terhadap data yang tersedia.

---

<sup>61</sup> Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian Sebuah Pengenalan dan Penentuan Langkah demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 236-237.

<sup>62</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi*, hlm. 141.

## 5. Analisis Data

Analisis data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan-pertanyaan analitis, dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian.<sup>63</sup>

Dalam penelitian ini penyusun menganalisis dari hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi yang kemudian disusun dengan apa adanya, tanpa pengujian hipotesa dan penyusun jabarkan dalam suatu kalimat, sehingga dapat dijadikan kesimpulan yang logis dan mudah dipahami terhadap masalah yang diteliti.

## 6. Keabsahan Data

Data penelitian kualitatif yang berupa kata-kata, kalimat, *statement*, perilaku dan kejadian yang berhasil dikumpulkan dan diberi kode, kemudian dianalisa kebenarannya. Alat yang dipergunakan untuk menganalisa data dan informasi adalah teknik analisa dan triangulasi.

Menurut Moleong dalam buku yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis* mengemukakan bahwa metode triangulasi merupakan proses membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Triangulasi berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.<sup>64</sup>

---

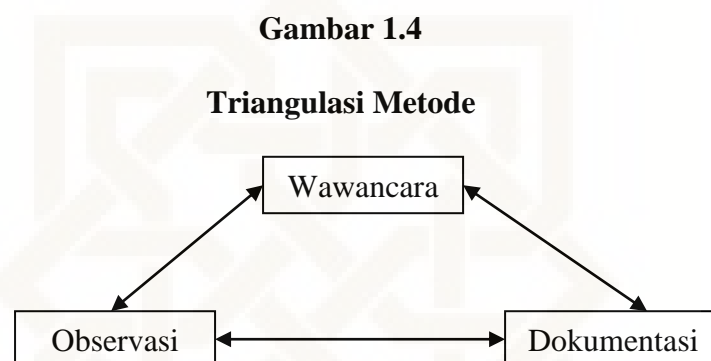
<sup>63</sup> Jhon W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Edisi Ketiga, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 274.

<sup>64</sup> Wahyu Purhantara, *Metode penelitian Kualitatif*, hlm. 102.



a. Trianggulasi Metode

Yaitu teknik untuk menganalisa dan informasi dengan menggunakan minimal dua metode. Jika informasi atau data yang berhasil didapatkan (misalnya dari hasil wawancara) perlu diuji kebenarannya dengan hasil observasi.<sup>65</sup>



b. Trianggulasi Sumber

Yaitu cara menguji data dan informasi dengan cara mencari data dan informasi yang sama kepada lain subjek. Data dan informasi tertentu perlu ditanyakan kepada responden yang berbeda atau dengan bukti dokumentasi.<sup>66</sup>

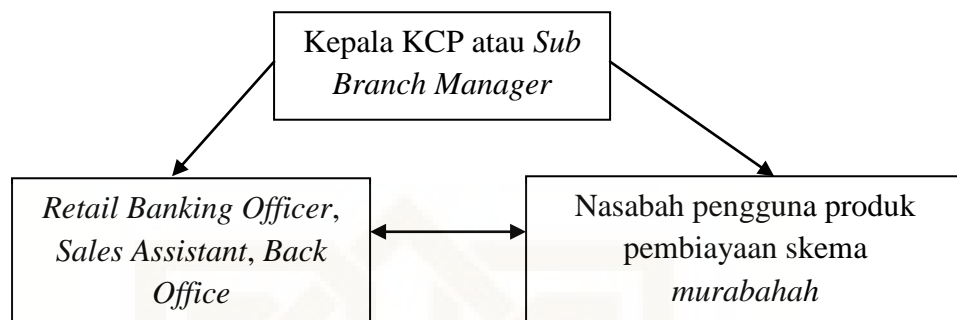
---

<sup>65</sup> *Ibid.*

<sup>66</sup> *Ibid.*

**Gambar 1.5**

**Triangulasi Sumber**



Dalam penelitian ini kegiatan triangulasi yang dilakukan yaitu dengan mengecek kembali data yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan langsung maupun hasil dokumentasi. Dalam hal ini sumber datanya adalah *Sub Branch Manajer*, *Retail Banking Officer (RBO)*, *Sales Assistant (SA) RBO*, *Back Office*, serta nasabah pengguna produk pembiayaan skema *murabahah* BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta.

**I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini disusun untuk mempermudah pemahaman secara sistematis. Sistematika pembahasan ini dibagi menjadi empat bab, yaitu sebagai berikut:

**Bab pertama**, berisi pendahuluan yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika pembahasan, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan kerangka pemikiran penelitian serta alur penelitian

**Bab kedua**, gambaran umum PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Yogyakarta yang meliputi letak geografis,

sejarah berdiri, profil BSM KCP Ambarukmo, logo BSM, visi, misi, dan nilai-nilai BSM, struktur organisasi, produk-produk pembiayaan BSM, serta *job description* bagian pemasaran (intruksi intern).

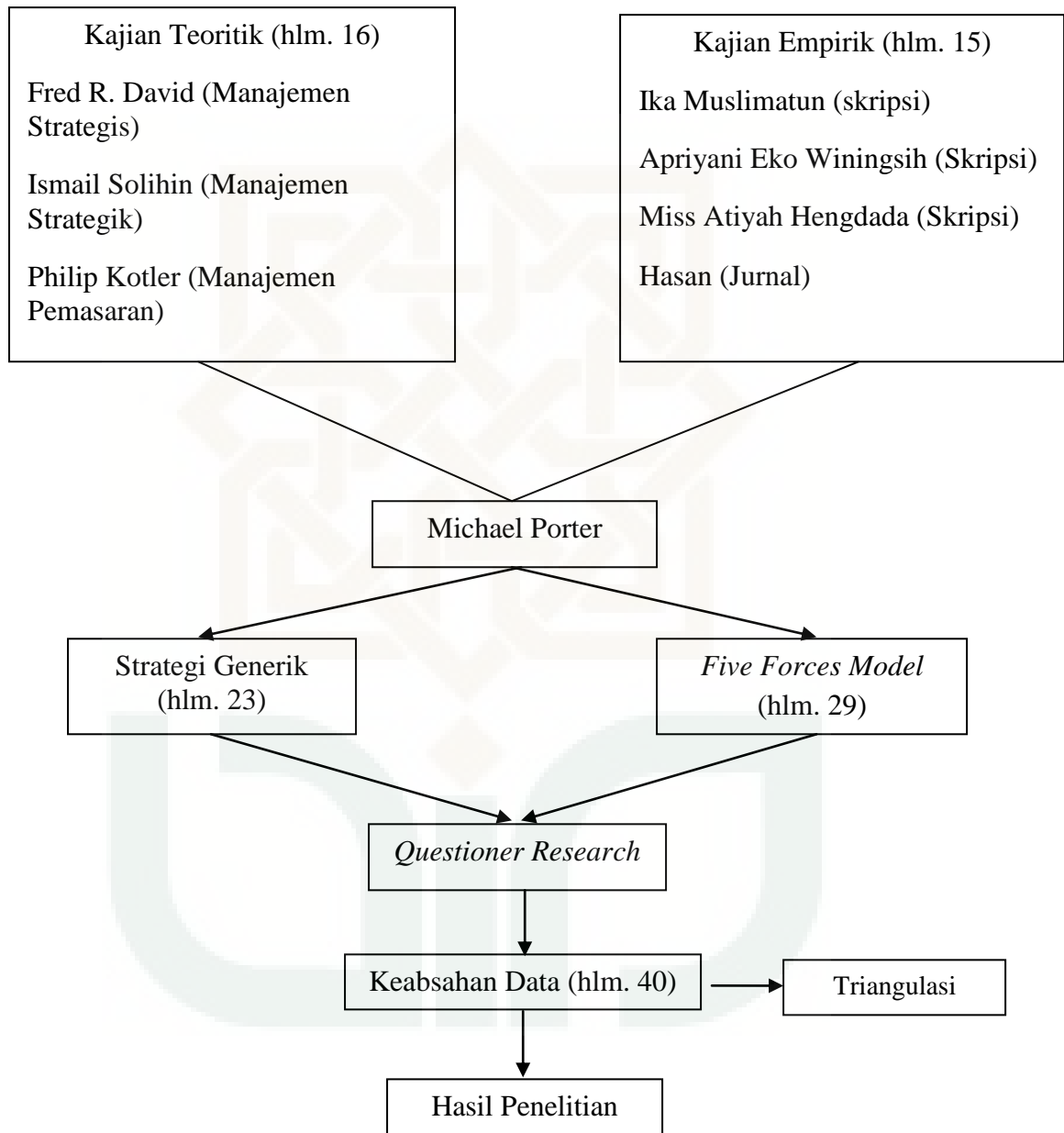
**Bab ketiga**, hasil penelitian tentang strategi pemasaran produk pembiayaan skema *murabahah* yang diterapkan di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dengan menggunakan teori Michael Porter kemudian pemilihan strategi generik.

**Bab keempat**, penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran. Dan bagian akhir dari skripsi ini dicantumkan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup (*curriculum vitae*).

#### **J. Kerangka Penelitian dan Skema Alur Penelitian**

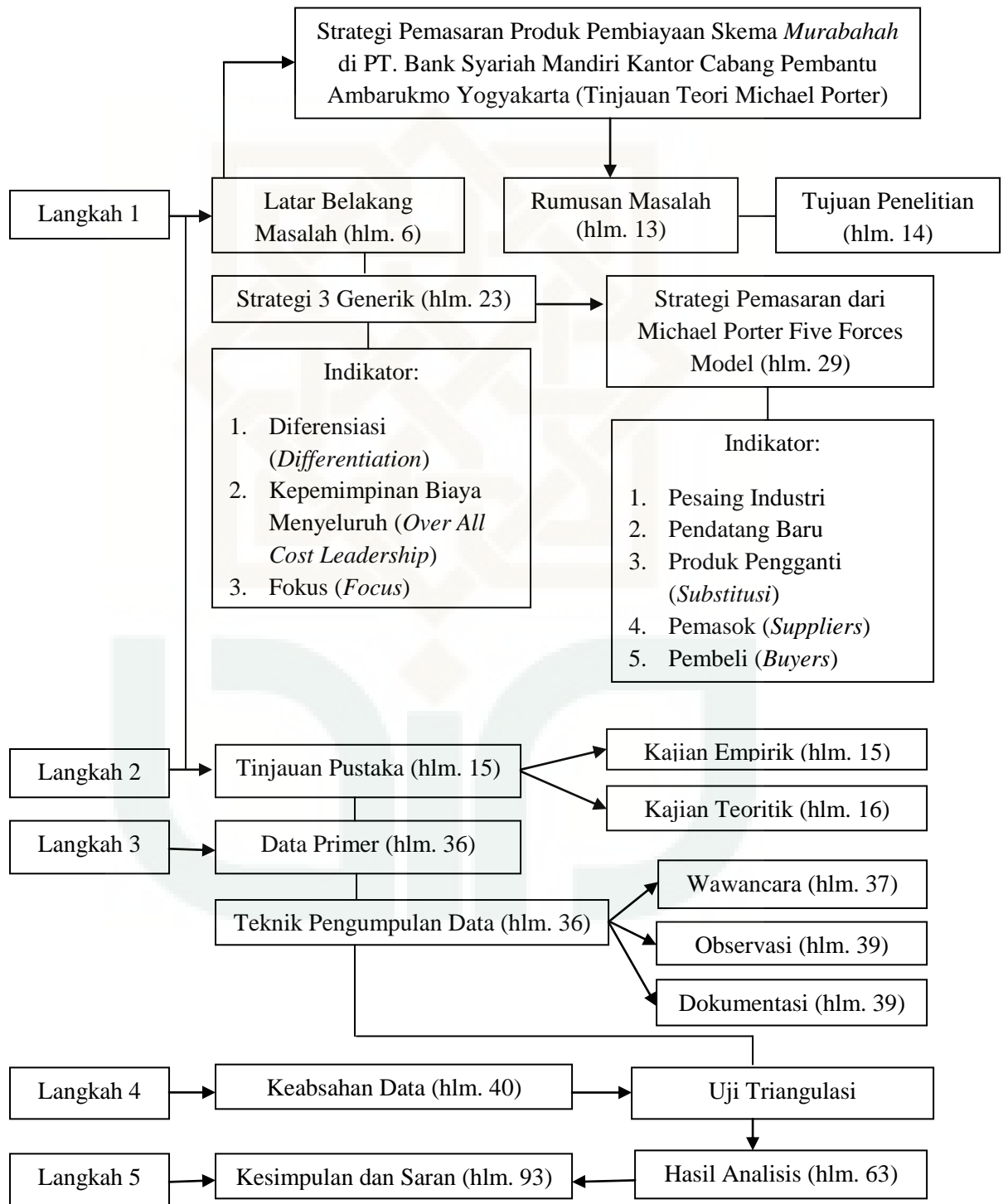
Kerangka dan alur penelitian dibuat untuk memberikan gambaran secara ringkas agar mudah dipahami, serta mempermudah penelitian dalam melakukan proses penyusunan hasil penelitian.

**Gambar 1.6**  
**Kerangka Pikir Penelitian**



Gambar 1.7

## Skema Alur Penelitian



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Peran *marketing* dalam mengsosialisasikan Bank Syariah, serta produk-produk yang ada di bank syariah termasuk pembiayaan skema *murabahah* sangat berpengaruh besar bagi BSM KCP Ambarukmo. Hal tersebut dirasa penting karena masyarakat masih belum mengetahui bagaimana konsep bank syariah sendiri. Dan bagaimana merubah *mindset* masyarakat terhadap perbankan syariah yang belum mengetahui keunggulannya.

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya, maka penyusun dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan skema *murabahah* yang diterapkan oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta sudah bagus walaupun c masih memiliki kekurangan, sehingga angka yang dihasilkan belum maksimal. Berdasarkan analisis strategi generik dari Michael Porter, bahwa BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta merupakan strategi yang mengacu pada strategi diferensiasi (*differentiation*). Sehingga dapat dengan mudah menganalisis lingkungan persaingan industri dengan menggunakan tinjauan Michael Porter yaitu *five forces model* yang meliputi pesaing industri, pemasok (*supplier*), pembeli (*buyer*), ancaman pendatang baru, dan produk pengganti (*substitusi*).

Keunggulan yang dimiliki tentang diferensiasi produk pembiayaan skema *murabahah* yaitu pada proses akadnya. Skema *murabahah* tidak terdapat di bank konvensional. Hanya bank syariah yang menggunakan akad *murabahah*. Untuk BSM sendiri mempunyai objek seperti rumah, kendaraan bermotor, mesin dan peralatan lainnya, serta investasi. Objek tersebut juga banyak di lembaga non Bank, akan tetapi dengan menggunakan akad yang berbeda. BSM mempunyai konsep yang sama dengan bank syariah lain, karena sudah ditetapkan oleh fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), tetapi mempunyai pelayanan yang berbeda dengan bank syariah lainnya, juga dalam penentuan harga kepada nasabahnya.

## **B. Saran-Saran**

Saran-saran yang dapat penyusun berikan terkait strategi pemasaran produk pembiayaan skema *murabahah* di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta (tinjauan teori Michael Porter), yaitu sebagai berikut:

1. Aset bank syariah belum mencapai 5% dari aset perbankan nasional, dan masih banyak masyarakat yang belum terlalu faham dengan konsep syariah sedangkan potensi pasar bank syariah masih sangat terbuka luas. Oleh karena itu, BSM perlu berinovasi lagi dalam merencanakan strategi yang tepat agar produk pembiayaan skema *murabahah* yang ada di BSM mampu diterima oleh masyarakat.
2. Jangan menganggap remeh pesaing, meskipun sesama bank syariah berjuang bersama dalam mengembangkan syariah. Karena hal tersebut

akan mengurangi pangsa pasar yang dibidik oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta.

3. Semua bank adalah penjual jasa. Oleh karena itu pelayanan yang ekstra adalah modal utama dalam melayani nasabah, karena kepuasan nasabah adalah salah satu tolak ukur diterima atau tidaknya suatu bank. Akan tetapi, jangan hanya mengandalkan pelayanan untuk memuaskan nasabah.
4. Mengingat persentase antara pendanaan dan pembiayaan belum seimbang, maka perlu ditingkatkan lagi dalam *maintain existing costomer*.
5. Pesaing bank syariah tidak hanya bank konvensional, akan tetapi lembaga yang berbasis syariah yang mengeluarkan produk yang sama. Untuk itu perlu diperhatikan lagi dalam merencanakan strategi yang akan dijalankan.
6. Diadakan pelatihan lagi mengenai konsep syariah kepada pegawai, karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap proses pemasaran yang dijalankan.





## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-Buku

- Adiwarman A. Karim, Edisi Kelima Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013.
- Agustinus Sri Wahyudi, Manajemen Strategik, Jakarta: Binarupa Aksara, tt.
- Ali Hasan, Marketing Bank Syariah, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Creswell, Jhon W., *Research Design* Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed, Edisi Ketiga, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- David, Fred R., Manajemen Strategis Konsep Edisi 12 Buku 1, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Dokumen BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta.
- Endah Prapti, Pemasaran Startegik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Hamid Patilima, Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi, Bandung: Alfabeta, cv, 2013.
- Hunger, J David. dan Thomas L. Wheelen, Manajemen Strategi, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, tt.
- I Made Wiratha, Metodologi Penelitian Sosial ekonomi, Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Ismail Solihin, Manajemen Strategik, Bandung: Penerbit Erlangga, 2012.
- Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Kotler, Philip. dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, ttp: PT Macanan Jaya Cemerlang, tt.
- Kotler, Philip., Edisi Keenam Manajemen Pemasaran Analiasis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Jakarta: Erlangga, tt.
- Muhammad, Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi, Yogyakarta: AMPYKPN, 2005.

- Norman A. Hart, dkk, Kamus Marketing, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005.
- Pearce., John A. dan Richard B. Robinson, Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi dan Pengendalian, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Porter., Michael E., Strategi Bersaing (*Competitive Strategy*), Tangerang: Karisma Publishing Group, 2007.
- Restu Kartiko Widi, Asas Metodologi Penelitian Sebuah Pengenalan dan Penentuan Langkah demi Langkah Pelaksanaan Penelitian, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa, Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Ruane., Janet M., Dasar-Dasar Metode Penelitian, Bandung: Nusa Media, 2013.
- Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (*mixed Methods*), Penelitian Tindakan (*Action Research*), Penelitian Evaluasi, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sumar'in, Konsep Kelembagaan Bank Syariah, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Tatang Amirin, Menyusun Rencana Penelitian, Jakarta: Grafindo Persada, 1998.
- Wahyu Purhantara, Metode penelitian Kualitatif untuk Bisnis, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

## **B. Skripsi**

- Apriyani Eko, *Strategi Bersaing Ar-Ruzz Media dalam Persaingan Bisnis Penerbitan (Tinjauan Teori Michael Porter)*, Skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta, Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, 2012.
- Ika Muslimatun, *Strategi Pemasaran Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta (Tinjauan Teori Michael Porter)*, skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, 2011.

Miss Atiyah Hengdada, *Strategi Pemasaran Produk Murabahah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Formes Sleman Yogyakarta*, Skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta, Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, 2014.

### C. Jurnal

Hasan, “Analisis Industri perbankan Syariah di Indonesia”, *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, Vol. 1: 1 2011.

M. Fadhil Hasan, “*Refleksi Persaingan Usaha pada Industri Telekomunikasi di Indonesia*”, *Bisnis dan Ekonomi Politik*: Vol. 9 No. 1 2007.

Mimin Nur Aisyah, “*Peran Strategi, Sumber Daya Serta Perubahan Teknologi dan Lingkungan Terhadap Penciptaan Keunggulan Kompetitif yang Berkesinambungan*”, *Ekonomi dan Pendidikan*: Vol. 4 No. 1 2007.

Nilam Sari, “*Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam*”, *Media Syariah*: Vol. XIV No. 2 2012.

### D. Website

<http://koperasi-koperasi-koperasi.blogspot.com/>

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/3658/1/09E00760.pdf>

<http://www.bi.go.id>

<http://www.carialamat.com/>

<http://www.pesantrenvirtual.com/>

[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

[www.syariahmandiri.co.id](http://www.syariahmandiri.co.id)

## DAFTAR BANK UMUM KONVENSIONAL KOTA YOGYAKARTA

No.	Nama Bank	Alamat
1	Bank Indonesia KC Yogyakarta	Jl. P. Senopati
2	BNI KC Yogyakarta	Jl. Trikora no. 1
3	BNI Cabang Yogyakarta	Bulaksumur blok H no. 4
4	BRI KC Yogyakarta	Jl. Cik Di Tiro no. 3
5	BPD KC Yogyakarta	Jl. Tentara Pelajar 7
6	Bank Bukopin	Jl. Mayor Suryotomo 23
7	Bank Niaga	Jl. Jend. Sudirman no. 13
8	Bank Niaga capem Cik DI Tiro	Jl. Cik DI Tiro no. 7
9	Bank Duta KC Yogyakarta	Jl. Ahmad Dahlan no. 14
10	Bank Internasional Indonesia	Jl. Sudirman 48
11	BRI Kantor Inspeksi Yk	Jl. Janti
12	BRI Capem Katamso	Jl. BrigJen Katamso no. 21
13	BRI Capem Sleman	Jl. Magelang km 7,2
14	BRI Capem Bantul	Jl. Gajah Mada no. 1 Bantul
15	BRI Capem Wonosari	Jl. Kol Sugiono Wonosari
16	BRI Capem Wates	Jl. Adhyaksa no. 3 Wates
17	BTN KC Yogyakarta	Jl. Jend Sudirman 43
18	Bank Niaga capem Garuda	Jl. Malioboro 72
19	BCA KC Yogyakarta	Jl. Jend. Sudirman 65
20	Lippo Bank KC Yogyakarta	Jl. Jend Sudirman 65
21	American Express Bank	Jl. Laksda Adisucipto km 8,7
22	Bank Bakti Daya Ekonomi	Jl. Kaliurang km 17
23	Bank Bukopin	Jl. P. Diponegoro 99
24	Bukopin capem Kalisahak	Jl. Kalisahak 28
25	Bukopin capem Yos Sudarso	Jl. Yos Sudarso 9
26	Bukopin capem Diponegoro	Jl. P. Diponegoro 111
27	Bukopin capem Parangtritis	Jl. Parangtritis 115
28	BCA Katamso	Jl. Brigjen Katamso 141
29	BCA Urip Sumoharjo	Jl. Urip Sumoharjo 49
30	Bank CIC Intl.	Jl. Laksda Adisucipto 23
31	Bank Danamon	Jl. P. Diponegoro 97
32	Bank Danamon Capem Babarsari	Jl. Babarsari 43
33	Bank Danamon capem Simanjuntak	Jl. C. Simanjuntak 67
34	Bank Danamon capem urip sumoharjo	Jl. Jend. Urip SUMoharjo 123
35	BCA Capem Ahmad Dahlan	Jl. KHA Dahlan 25
36	BCA Capem Magelang	Jl. Magelang 128
37	BCA Capem Mangkubumi	Jl. P. mangkubumi 5-7
38	Bank Duta Sudirman	Jl. Jend Sudirman 52
39	Bank Duta Urip Sumoharjo	Jl. Urip Sumoharjo 103-I
40	Bank Duta Kaliurang	Jl. Kaliurang km 14 Pakem

### LEMBAGA KEUANGAN NON BANK

No	Nama Lembaga	Alamat
1	ABADI MAKMUR, KOPERASI	Tawarsari, Kec. Wonosari
2	Adira Dinamika Asuransi	Jl Magelang Km 4,5 No Telepon: (0274) 624614
3	ADIRA DINAMIKA MILTIFINANCE, TBK, PT	Jl. Brigjen Katamso, Kec. Wonosari, 55812 No Telepon: (0274) 393382
4	Adira Dinamika Multi Finance	Jl. Magelang Km 7 No. 77 Yk No Telepon: (02740) 868002
5	Adira Quantum Multi Finance	Cassa Grande Ruko No. 1 Sleman Yk No Telepon: (0274) 871055
6	Adui Visesa	Kutu Asem Kec Mlati No Telepon: (0274) 623199
7	AGRA AMRATANI SIMPAN PINJAM	Jl. Mgr Sugiyo Pranoto 35 Baleharjo, Kec. Wonosari, 55812 No Telepon: (0274) 7152613
8	AGUNG MULYO BKM	Ngentak Sumberagung Kec. Jetis 55781
9	Agung Valas Mandiri	Jl Colombo No 44 No Telepon: (0274) 540174
10	AIG Life Insurance	Jl Laksda Adisucipto Km 7,5 No Telepon: (0274) 485765
11	AJB BUMI PUTERA 1912 / JASA ASURANSI	Jl. Wakhid Hasyim 37 Kec. Bantul 55713 No Telepon: (0274) 367330, 3688864
12	AJB Bumiputra 1912	Jl Magelang No 5,2 Kutu Asem No Telepon: (0274) 586456
13	AKUR, KOPERASI	Pasar Jepitu, Kec. Girisubo, 55883
14	AL BAROKAH BMT	Sorobayan DK 5 Kec. Sanden 55763
15	AL-MUKTHI-IN BMT	Jl. Cenderawasih Maguwo Kec. Banguntapan 55198 No Telepon: (0274) 444382
16	ANGGREK, KOPERASI	Plumbungan, Kec. Karangmojo, 55891 No Telepon: (0274) 392379
17	ARTA MUKTI BKM	Trimurti Kec. Srandakan 55762
18	ASKES, PT	Jl. Taman Bakti No. 1 Wonosari, Kec. Wonosari, 55812

		No Telepon: (0274) 391007
19	ASKES TRIRENGGO BANTUL	Pepe Kec. Bantul
20	Badan Keswadayaan Masyarakat (BKM) MERAH Desa Jeruk Wudel	Karenggede, Jeruk Wudel, Girisubo, Kec. Girisubo, 55885

Sumber: <http://jogjaholidays.com/>, 2015



### Lembaga Keuangan Bank

No	Nama Lembaga	Alamat
1	BADAN USAHA KOPERASI PEDESAAN	Dkh. Gedangan, Kec. Gedang Sari, 55863
2	BANGKIT EKONOMI KPRI, KOPERASI	SMK N I Wonosari, Kec. Wonosari, 55812 No Telepon: (0274) 391094
3	BANGKIT KPRI, KOPERASI	Bintaos, Kec. Tepus, 55881 No Telepon: (0274) 7489601
4	BANGUN KPRI, KOPERASI	Jl. Kol Sugiyono No. 5 Wonosari, Kec. Wonosari, 55812 No Telepon: (0274) 391156
5	BERINGIN KOSEPA, KOPERASI	Gedangan I, Kec. Karangmojo, 55891
6	BHINA REJEKI SIMPAN PINJAM KUD, KOPERASI	Plumbungan, Kec. Karangmojo, 55891 No Telepon: (0274) 3490037
7	Bina Griya Upakara Asuransi	Jl Kaliurang sekup k-4 No Telepon: (0274) 589863
8	BKM	Bintaos, Kec. Tepus, 55881
9	BMT Abugrah Rizky	Jl. Raya Gendol Kec. Tempel, Sleman No Telepon: (0274) 7104541
10	BMT Agawe makmur Merapi	Jl. Kaliurang Degolan Umbulmartani Ngemplak Sleman
11	BMt Agung Makmur	Jl. Agrowisata Km 1 Murangan Sleman No Telepon: (0274) 867843
12	BMT Al Fallah	Masjid Agung Dr. Wahidin Sudiro Husodo Jl. Parasamya Sleman
13	BMT Al Fayah	Karang Pakis Kec. Cangkringan, Sleman No Telepon: (0274) 896972
14	BMT Al Hidayah	Nyamplung Kec. Seyegan, Kab Sleman
15	BMT Al Ikhlas	Geneng Kec. Godean
16	BMT Al Ikhwan	Plamboyan 383 Condong Catur Depok Sleman
17	BMT Al Kautsar	Samirono CT VI/109 Sleman Yogyakarta
18	BMT Amanah	Jl. Monjali No. 12 Nandan Sleman No Telepon: (0274) 624925
19	BMT Arta Mulyo Insani	Airport Nukan Maguwoharjo Depok, Sleman
20	BMT Bina Insani	Jl. Kaliurang Km. 8 Prujakan Sleman Yk No Telepon: (0274) 7825299

### Lembaga Keuangan Non Bank

No	Nama Lembaga	Alamat
1	BMT Bina Sejahtera	Turi Km 13 Blunyah Trimulyo Sleman
2	BMT Citra Buana Syariah	Pasar Stan Maguwoharjo Depok, Sleman Yogyakarta
3	BMT Damar	Ngebong Kec. Tempel
4	BMT Dana Syariah	Tegal sari kec pakem No Telepon: (0274) 895272
5	BMT Duta Amanah	Jl Palagan TP Km 5 No Telepon: (0274) 7103117
6	BMT Insan Mandiri	Murangan VIII No Telepon: (0274) 865223
7	BMT Kalimah	Gumuksari Boharjo, Depok Sleman
8	BMT Koperasi Mbak Angraini	Gowok Nogorejo No. 9 Sleman Yk
9	BMT Kube Sejahtera	Mlati Tegal Sendangdadi, Mlati, Sleman Yk No Telepon: (0274) 7171308
10	BMT Kube Trihanggo Sejahtera	Jambon Km 1.5 Baturan, Trihanggo, Gamping, Sleman Yk No Telepon: (0274) 7408829
11	BMT Madania	Jl. Raya Godean Km 14.7 Sleman Yk
12	BMT Mandiri	Jl. Palagan Tentara pelajar Km 10 Sleman Yk
13	BMT Mitra Usaha Mulia	Jalan Turi KM 01 Pasar Tempel Sleman
14	BMT Mlati Sejahtera	Sendari Kec. Mlati
15	BMT Multazam	STAN Kec. Depok No Telepon: (0274) 7486181
16	BMT Nina Ummah	Jl. Godean JAE Sumantoro, Sleman No Telepon: (0274) 798868
17	BMT Prima Arta	Pasar Ngino Margoagung Seyegan
18	BMT Rizky Amanah	Bogem Tamanmartani Kalasan
19	BMT Rizky Mandiri	Jl. Palagan Tentara pelajar 63 Sleman Yk No Telepon: (0274) 884923



### DAFTAR BMT DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (DIY)

No.	Nama Lembaga	Alamat
1	Abadi Makmur, Koperasi	Tawarsari, Kec. Wonosari
2	Adira Dinamika Asuransi	Jl Magelang km 4,5
3	Adira Dinamika Miltifinance, Tbk, PT	Jl. Brigjen Katamso, Kec. Wonosari
4	Adira Dinamika Multi Finance	Jl. Magelang Km 7 No. 77 Yk
5	Adira Quantum Multi Finance	Cassa Grande Ruko No. 1 Sleman Yk
6	Adui Visesa	Kutu asem kec Mlati
7	Agra Amratani Simpan Pinjam	Jl. Mgr Sugiyo Pranoto 35 Baleharjo, Kec. Wonosari
8	Agung Mulyo Bkm	Ngentak Sumberagung Kec. Jetis
9	Agung Valas Mandiri	Jl Colombo no 44
10	Aig Life Insurance	Jl Laksda Adisucipto Km 7,5
11	Ajb Bumi Putera 1912 / Jasa Asuransi	Jl. Wakhid Hasyim 37 Kec. Bantul
12	Ajb Bumiputra 1912	Jl Magelang no 5,2 kutu asem
13	Akur, Koperasi	Pasar Jepitu, Kec. Girisubo
14	Al Barokah Bmt	Sorobayan DK 5 Kec. Sanden
15	Al-Mukthi-In Bmt	Jl. Cenderawasih Maguwo Kec. Banguntapan
16	Anggrek, Koperasi	Plumbungan, Kec. Karangmojo
17	Arta Mukti Bkm	Trimurti Kec. Srandakan 55762
18	Askes, PT	Jl. Taman Bakti No. 1 Wonosari, Kec. Wonosari
19	Askes Trirenggo Bantul	Pepe Kec. Bantul
20	Badan Keswadayaan Masyarakat (BKM) Merak Desa Jeruk Wudel	Karenggede, Jeruk Wudel, Girisubo, Kec. Girisubo
21	Badan Usaha Koperasi Pedesaan	Dkh. Gedangan, Kec. Gedang Sari
22	Bangkit Ekonomi Kpri, Koperasi	SMK N I Wonosari, Kec. Wonosari
23	Bangkit Kpri, Koperasi	Bintaos, Kec. Tepus
24	Bangun Kpri, Koperasi	Jl. Kol Sugiyono No. 5 Wonosari, Kec. Wonosari
25	Beringin Kosepa, Koperasi	Gedangan I, Kec. Karangmojo
26	Bhina Rejeki Simpan Pinjam Kud, Koperasi	Plumbungan, Kec. Karangmojo
27	Bina Griya Upakara Asuransi	Jl Kaliurang sekup k-4
28	BKM	Bintaos, Kec. Tepus
29	BMT Abugrah Rizky	Jl. Raya Gendol Kec. Tempel, Sleman
30	BMT Agawe Makmur Merapi	Jl. Kaliurang Degolan Umbulmartani Ngemplak Sleman

31	BMT Agung Makmur	Jl. Agrowisata Km 1 Murangan Sleman
32	BMT Al Fallah	Masjid Agung Dr. Wahidin Sudiro Husodo Jl. Parasamya Sleman
33	BMT Al Fayah	Karang Pakis Kec. Cangkringan, Sleman
34	BMT Al Hidayah	Nyamplung Kec. Seyegan, Kab Sleman
35	BMT Al Ikhlas	Geneng Kec. Godean
36	BMT Al Ikhwan	Plamboyan 383 Condong Catur Depok Sleman
37	BMT Al Kautsar	Samirono CT VI/109 Sleman Yogyakarta
38	BMT Amanah	Jl. Monjali No. 12 Nandan Sleman
39	BMT Arta Mulyo Insani	Airport Nukan Maguwoharjo Depok, Sleman
40	BMT Bina Insani	Jl. Kaliurang Km. 8 Prujakan Sleman Yk
41	BMT Bina Sejahtera	Turi Km 13 Blunyah Trimulyo Sleman
42	BMT Citra Buana Syariah	Pasar Stan Maguwoharjo Depok, Sleman Yogyakarta
43	BMT Damar	Ngebong Kec. Tempel
44	BMT Dana Syariah	Tegal sari kec pakem
45	BMT Duta Amanah	Jl Palagan TP Km 5
46	BMT Insan Mandiri	Murangan VIII
47	BMT Kalimah	Gumuksari Boharjo, Depok Sleman
48	BMT Koperasi Mbak Angraini	Gowok Nogorejo No. 9 Sleman Yk
49	BMT Kube Sejahtera	Mlati Tegal Sendangdadi, Mlati, Sleman Yk
50	BMT Kube Trihanggo Sejahtera	Jambon Km 1.5 Baturan, Trihanggo, Gamping, Sleman Yk
51	BMT Madania	Jl. Raya Godean Km 14.7 Sleman Yk
52	BMT Mandiri	Jl. Palagan Tentara pelajar Km 10 Sleman Yk
53	BMT Mitra Usaha Mulia	Jalan Turi KM 01 Pasar Tempel Sleman
54	BMT Mlati Sejahtera	Sendari Kec. Mlati
55	BMT Multazam	STAN Kec. Depok
56	BMT Nina Ummah	Jl. Godean JAE Sumantoro, Sleman
57	BMT Prima Arta	Pasar Ngino Margoagung Seyegan
58	BMT Rizky Amanah	Bogem Tamanmartani Kalasan
59	BMT Rizky Mandiri	Jl. Palagan Tentara pelajar 63 Sleman Yk

60.	BMT Rizky Mulia	Nusa Indah 164
61	BMT Sejahtera	Candi Bangunkerto Turi Sleman Yk
62	BMT Sparta	JL Gejayan Pelem Kecut Yk
63	BMT Surya Amanah Nur Biyin	Jl Kaliurang km 7 No.10 Sleman yk
64	BMT Surya Harapan Ummat	Jetis Argomulyo Cangkringan, Sleman Yk
65	BMT Syariah Prambanan	Madubaru Madurejo Prambanan, Sleman Yk
66	BMT Tirtodadi	Janturan Kec. Mlati, Sleman Yk
67	BMT Tlogodadi	Getas Toragan Kec. Mlati, Sleman Yk
68	BPRS Margi Rizki Bahagia	Juru Gentong Kec. Banguntapan
69	BPRS / BDW BANK	Tegal Cerme, Kec. Banguntapan
70	BUKP	Panggung 2, Kec. Panggang
71	Bumi Asih Jaya Asuransi, PT	Ledoksari, Kec. Wonosari
72	Bumi Putra 1912 AJB, PT	Kepek 2, Kec. Wonosari
73	Cabang Dinas Pendidikan Kec. Semanu, Koperasi	Plebengan Tengah, Kec. Semanu
74	Citr Dharma Mulyo BKM	Komplek Balai Desa trimulyo Kec. Jetis
75	Dana Insani BMT	Niten Jl. Bantul Kec. Kasihan
76	Equity Life Indonesia	Jl Laksda Adisucipto Km 7,5 Ruko Babarsari
77	Federal International Finance, PT	Jl. Brigjen Katamso No. 13, Kec. Wonosari
78	Finansia, PT	Jl. Pangarsan No. 2 Wonosari, Kec. Wonosari
79	Gemah Ripah, Koperasi	Jl. Kol Sugiyono No. 14 Wonosari, Kec. Wonosari
80	Guru Kpri, Koperasi	Ngepung, Kec. Patuk

Sumber: <http://koperasi-koperasi-koperasi.blogspot.com/>, 2015

**DAFTAR NAMA DAN ALAMAT KANTOR BPR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (DIY)**

<b>No.</b>	<b>Nama BPR</b>	<b>Status</b>	<b>Alamat</b>	<b>Dati II</b>	<b>Dati I</b>
1	PT BPR Mataram Mitra Manunggal	Pusat	Jl. Alun-Alun Utara No.1 Yogyakarta	Kota Yogyakarta	DIY
2	PT BPR Mataram Mitra Manunggal	KC Banguntapan	Ruko Tandanraya Kav Banguntapan	Kota Yogyakarta	DIY
3	PT BPR Mataram Mitra Manunggal	KC Gamping	Jl. Alun-Alun Utara No. 1 Yogyakarta	Kota Yogyakarta	DIY
4	PT BPR Mataram Mitra Manunggal	KC Ngaglik	Jl. Alun-Alun Utara No. 1 Yogyakarta	Kota Yogyakarta	DIY
5	PT BPR Mataram Mitra Manunggal	KC Godean	Jl. Alun-Alun Utara No. 1 Yogyakarta	Kota Yogyakarta	DIY
6	PT BPR Mataram Mitra Manunggal	KC Kasih	Jl.Wates Km.3 No 24 Ngestiharjo Bantul	Kota Yogyakarta	DIY
7	PT BPR Mataram Mitra Manunggal	KC Piyungan	Jl. Wonosari Km.14, Pasar Piyungan Lt.Ii Sayap Barat No.1 Piyungan	Kab. Bantul	DIY
8	PT BPR Walet Jaya Abadi	Pusat	Jl. Brigjend Katamso 282	Kota Yogyakarta	DIY
9	PT. BPR Artha Berkah Cemerlang	Pusat	Jl. Gandekan Lor No. 25 Pringgokusuman Gedongtengen	Kota Yogyakarta	DIY
10	PT BPR Dewa Arthaka Mulya	Pusat	Jl.Laksda Adisucipto Km.6,5 (Ruko Janti) Depok Sleman	Kab. Sleman	DIY
11	PT. BPR Chandra Muktiartha	Pusat	Jl. Gedongkuning No.157 Banguntapan Bantul	Kab. Bantul	DIY
12	PT. BPR Chandra Muktiartha	KC Wonosari	Jl. Sugiyopranoto Kel. Baleharjo	Kab. Gunung Kidul	DIY
13	PT. BPR Chandra Muktiartha	KC Yogyakarta	Ruko Cokro Square Kavling N. Jl. HOS Cokroaminoto Kel. Tegalrejo	Kota Yogyakarta	DIY
14	PT. BPR Artha Sumber Arum	Pusat	Jl.Laksda Adisucipto Km 6,5 No.31 Yogyakarta	Kab. Sleman	DIY
15	PT. BPR Arum Mandiri Melati	Pusat	Nitikan Timur Semanu Gunungkidul	Kab. Gunung Kidul	DIY
16	PT. BPR Arum Mandiri Kenanga	Pusat	Jl Bantul Km 7.5 Sewon Bantul	Kab. Bantul	DIY
17	PT. BPR Agra Arthaka Mulya	Pusat	Plumbungan Gedangrejo Karangmojo	Kab. Gunung Kidul	DIY

			Gunungkidul		
18	PT. BPR Panca Arta Monjali	Pusat	Jl. Magelang Km 8,5 Mlati Sleman	Kab. Sleman	DIY
19	PT. BPR Karangwaru Pratama	Pusat	Jl. Magelang Km. 5,2 No. 87 Sinduadi Mlati Sleman	Kab. Sleman	DIY
20	PT. BPR Swadharma Bangun Artha	Pusat	Ruko Tandan Raya Blok A2-3 Jl.Wonosari Km 5-6	Kab. Bantul	DIY
21	PT. BPR Swadharma Bangun Artha	KC Mlati	Jl. Magelang Km. 7,5 Botoijan - Mlati	Kab. Sleman	DIY
22	PT. BPR Swadharma Bangun Artha	KC Godean	Jl. A. Zaeni ( Jl. Godean Km.10 ) Sidoagung – Godean	Kab. Sleman	DIY
23	PT BPR Swadharma Artha Nusa	Pusat	Ruko Bayeman Permai Blok A Ii/15 Jl. Wates Km 3	Kab. Bantul	DIY
24	PT BPR Swadharma Artha Nusa	KC PAKEM	Jl.Turi No.23 Labasan Pakem Sleman	Kab. Sleman	DIY
25	PT BPR Swadharma Artha Nusa	KC Depok	Gejayan Rt 02 Rw 29 Condongcatur Depok Sleman	Kab. Sleman	DIY
26	PT BPR Swadharma Artha Nusa	KC Bantul	Jl. Bantul Km 9 Dukuh Cepit Desa Pendowoharjo	Kab. Bantul	DIY
27	PT. BPR Kartikaartha Kencanajaya	Pusat	Ruko Tambak Mas No 15 Jl Raya Godean Km 4 Ngestiharjo, Kasihan	Kab. Bantul	DIY
28	PT. BPR Ambarketawang Persada	Pusat	Jl Wates Km 3,8 Onggobayan 168 Ngestiharjo Kasihan Bantul	Kab. Bantul	DIY
29	PT. BPR Danamas Prima	Pusat	Jl. Godean Km.5 Pasar Tlagareja Ruko No.2 Sleman	Kab. Sleman	DIY
30	PT. BPR Artha Mlatiindah	Pusat	Jl Monjali 36 A Sinduadi Mlati	Kab. Sleman	DIY
31	PT. BPR Artha Mlatiindah	KC Wonosari	Jl. Baron Rt.02/Rw.01 Baleharjo, Kec. Wonosari	Kab. Gunung Kidul	DIY
32	PT. BPR Artha Mlatiindah	KC Jl.	Jl. Parangtritis No.25	Kota Yogyakarta	DIY

		Parangtritis			
33	PT. BPR Arta Yogyakarta	Pusat	Jl. Turi Kromodangsan Lumbungrejo Tempel	Kab. Sleman	DIY
34	PT BPR ALTO MAKMUR	Pusat	Jl. Ring Road Maguwoharjo Depok	Kab. Sleman	DIY
35	PT. BPR Mlati Pundi Artha	Pusat	Jl. Magelang Km 8,5 No. 27 Mlati Sleman	Kab. Sleman	DIY
36	PT. BPR Gamping Artha Raya	Pusat	Jl. Kabupaten No.3 Nogotirto, Gamping, Sleman	Kab. Sleman	DIY
37	PT. BPR Bina Arta Swadaya Yogyakarta	Pusat	Jl.Wates Km 3 Ngestiharjo, Kasihan, Bantul 55181	Kab. Bantul	DIY
38	PT. BPR Sindu Adi	Pusat	Jl.Magelang Km.6,3 Jombor,Mlati Sleman	Kab. Sleman	DIY
39	PT. BPR Nusapanida Godean	Pusat	Bantulan No.37, Jl. Godean Km 6,5 Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta	Kab. Sleman	DIY
40	PT. BPR Artha Parama	Pusat	Jl. Parangtritis Km. 3,5 No. 206 Bantul Yogyakarta	Kab. Bantul	DIY
41	PT. BPR Arta Agung	Pusat	Jl. Piyungan No.1 Bokoharjo Prambanan Sleman	Kab. Sleman	DIY
42	PT. BPR Berlian Bumi Arta	Pusat	Jl. Magelang Km 5 Kel. Sinduadi Kec. Mlati	Kab. Sleman	DIY
43	PT. BPR Artajaya Bhaktimulia	Pusat	Janti Baru No.21	Kab. Sleman	DIY
44	PT. BPR Danagung Abadi	Pusat	Jl. Magelang Km 8 Sendangadi Mlati Sleman Yogyakarta	Kab. Sleman	DIY
45	PT. BPR Danagung Abadi	KC Banguntapan	Jl. Wonocatur No.7	Kab. Bantul	DIY
46	PT. BPR Restu Mandiri Makmur	Pusat	Jl.Anggajaya 1 No.331condong Catur,Depok	Kab. Sleman	DIY
47	PT. BPR Danagung Ramulti	Pusat	Jl Solo Km 11 Purwomartani Kalasan Sleman	Kab. Sleman	DIY
48	PT. BPR Danagung Ramulti	KC Wonosari	Jl. Yogya-Wonosari, Siyono Wetan Rt/Rw.61/10 Desa Logandeng	Kab. Gunung Kidul	DIY
49	PT. BPR Danagung Ramulti	KC Gondomanan	Jl. Brigjen Katamso No.37 Kav.1	Kota Yogyakarta	DIY

50	PT. BPR Bhumikarya Pala	Pusat	Jl.Kaliurang Km. 5,2 No. 25 Depok Sleman	Kab. Sleman	DIY
51	PT. BPR Bhumikarya Pala	KC Kallyana	Jl. Wonosari-Yogyakarta Km.3 Playen Gunungkidul	Kab. Gunung Kidul	DIY
52	PT. BPR Wijayamulya Santosa	Pusat	Jl.Prof.Dr.Herman Yohanes No.52 Sagan	Kab. Sleman	DIY
53	PT. BPR Arga Tata	Pusat	Jl. Raya Wates Km 2 No 2 Bantul	Kab. Bantul	DIY
54	PT. BPR Nusumma Tempel	Pusat	Jl. Mangkubumi Rt 03/06 Lumbungrejo Tempel	Kab. Sleman	DIY
55	PT. BPR Danagung Bakti	Pusat	Jl. Kaliurang Km.5,8 Gg. Pandega Satya No.26a Caturtunggal Depok	Kab. Sleman	DIY
56	PT. BPR Danagung Bakti	KC Bantul	Jl. Gajah Mada No.16	Kab. Bantul	DIY
57	PT. BPR Danagung Bakti	KC Mangkubumi	Jl. Mangkubumi No.58a	Kota Yogyakarta	DIY
58	PT. BPR Profidana Paramitra	Pusat	Jl. Swk 102 Dongkelan Sewon Bantul Yogyakarta	Kab. Bantul	DIY
59	PT. BPR Redjo Bhawono	Pusat	Jl. Kaliurang Km 6, Gg. Pandega Sakti No. 5 Depok Sleman Yogyakarta	Kab. Sleman	DIY
60	PT. BPR Nusamba Temon	Pusat	Jl Raya Temon No 64	Kab. Kulon Progo	DIY
61	PT. BPR Nusamba Banguntapan	Pusat	Jl. Wonosari Km. 6,5 Baturetno Banguntapan	Kab. Bantul	DIY
62	PT. BPR Nusamba Banguntapan	KC Wonosari	Jl. Kh Agus Salim , Kepek, Wonosari, Gunung Kidul	Kab. Gunung Kidul	DIY
63	PT. BPR Shinta Daya	Pusat	Bogem Tamanmartani Kalasan Sleman Yogyakarta	Kab. Sleman	DIY
64	PT. BPR Shinta Daya	KC Wonosari	Jl. Kh Agus Salim No.2 Wonosari	Kab. Gunung Kidul	DIY

65	PT BPR Lestari Darmo Mulyo	Pusat	Jl. Brigjen Katamso No. 19 Yogyakarta	Kota Yogyakarta	DIY
66	PD. BPR Bank Jogja Kota Yogyakarta	Pusat	Jl. Patangpuluhan No. 1	Kota Yogyakarta	DIY
67	PD. BPR Bank Sleman	Pusat	Jl. Magelang Km.10/Jl. Pramuka Beran Tridadi Sleman	Kab. Sleman	DIY
68	PD. BPR BP Kulon Progo	Pusat	Jl. Khudori No. 36 Wates Kulon Progo Yogyakarta	Kab. Kulon Progo	DIY
69	PD BPR Bank Daerah Gunungkidul	Pusat	Jl. Brigjend Katamso No 49 Wonosari Gunungkidul	Kab. Gunung Kidul	DIY
70	PD. BPR Bank Bantul	Pusat	Jl. Gajah Mada No.3	Kab. Bantul	DIY
71	PT BPR Madani Sejahtera Abadi	Pusat	Jl. Prof Ir Herman Yohanes 1062	Kota Yogyakarta	DIY
72	PT. BPR Bhakti Daya Ekonomi	Pusat	Jl. Kaliurang Km 17 Pakem	Kab. Sleman	DIY
73	PT. BPR Bhakti Daya Ekonomi	KC Gejayan	Jl. Affandi Pelem Kecut Ct X/15 Depok	Kab. Sleman	DIY
74	PT. BPR Bhakti Daya Ekonomi	KC Medari	Jl. Magelang Km. 15,2 Medari	Kab. Sleman	DIY
75	PT. BPR Bhakti Daya Ekonomi	KC Yogyakarta	Jl. Brigjen Katamso No. 262 Mergansan	Kota Yogyakarta	DIY
76	PT. BPR Bhakti Daya Ekonomi	KC Wonosari	Jl. Kh Agus Salim No.15	Kab. Gunung Kidul	DIY
77	PT. BPR Bhakti Daya Ekonomi	KC Kaliurang	Jl. Kaliurang Km.6,5 Kentungan	Kab. Sleman	DIY



78	PT. BPR Bhakti Daya Ekonomi	KC Wates	Jl. Raya Wates - Yogyakarta Km. 1	Kab. Kulon Progo	DIY
79	PT. BPR Bhakti Daya Ekonomi	KC Bantul	Jl. Raya Bantul Km.9 Karanggede Pendowaharja	Kab. Bantul	DIY
80	PT. BPR Universitas Gajah Mada	Pusat	Bulaksumur H-5 Depok, Sleman	Kab. Sleman	DIY
81	PT. BPR Ukabima Nindya Raharja	Pusat	Jl. Tentara Pelajar No 97 Kranon Kepek	Kab. Gunung Kidul	DIY
82	PT. BPR Kurnia Sewon	Pusat	Jl. Imogiri Barat Km 4 Jotawang Bantul	Kab. Bantul	DIY
83	PT. BPR Tandu Artha	Pusat	Jl. Wonosari Km.10 Piyungan Bantul	Kab. Bantul	DIY
84	PT. BPR Shinta Putra Pengasih	Pusat	Jl.Clereng Km.0,5 Terbah Pengasih	Kab. Kulon Progo	DIY

Sumber: Bank Indonesia, 2015

**DAFTAR NAMA DAN ALAMAT KANTOR BPRS DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (DIY)**

No.	Nama Bank	Alamat	Telepon
1	Margirizki Bahagia	Jl. Gedongkuning No. 164, Banguntapan, Bantul	27437079
2	Bangun Drajat Warga	Jl. Gedongkuning Selatan No. 131, Bantul	27441355
3	Dana Hidayatullah	Jl. Ngasem No. 52 Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta	274375819
4	Barokah Dana Sejahtera	Jl. Sisingamangaraja No. 71, Mergangsan	274374602
5	Mitra Amal Mulia	Jl. Godean KM 4 No. 19, Dudun Kajur, Nogotirto, ga	274617725
6	Madina Mandiri Sejahtera	Ruko Perwita Regency, Jl. Parangtritis KM 4,5	274372788
7	Danagung Syariah	Jl. Magelang KM8, Sendangaji, Mlati	274869979
8	Mitra Cahaya Indonesia	Jl. Raya Kaliurang KM 10, Kec. Ngaglik	881159
9	FORMES	Jl Magelang Km 11 Sawahan Pandowoharjo Sleman	274867575
10	Mitra Harmoni Yogyakarta	Jl Prof Yohanes No.36 Gondokusuman, Yogyakarta	0274589223
11	Cahaya Hidup	Jalan Gejayan, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	0274-6411954

Sumber: Bank Indonesia, 2015

**DAFTAR NAMA DAN ALAMAT KANTOR BANK SYARIAH YANG ADA  
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (DIY)**

No.	Nama Bank	Alamat
1	Bank Syariah Mandiri	Jl. Teuku Cik Ditiro 1
2	Bank Syariah Mandiri	Jl. Laksda Adi Sucipto Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
3	Bank Syariah Mandiri	Jl. Ringroad Selatan Taman Tirto Kasihan
4	Bank Syariah Mandiri	Jl. KH Wachid Hasyim 4
5	Bank Syariah Mandiri	Jl. Kaliurang Km 6/23-A
6	Bank Syariah Mandiri	Jl. Gedong Kuning Selatan 51
7	Bank Syariah Mandiri	Jl. Brigjen Katamso 160
8	Bank Syariah Mandiri	Jl. Godean Rukan Gading Mas 8-A
9	Bank BNI Syariah	Jl. Nanggulan 37 RT 010/18
10	Bank BNI Syariah	Jl. Kaliurang Km 6,5 Blok C/9-A RT 005/49
11	Bank BNI Syariah	Kompleks Bulaksumur H-4
12	Bank BNI Syariah	Jl. Kusumanegara 112
13	Bank Syariah Mega	Jl. P Mangkubumi 71
14	Bank Syariah Mega	Jl. Parangtritis 115-C
15	Bank Syariah Bukopin	Jl. MT Haryono No. 07 (Gading Square) Yogyakarta
	Bank Syariah Bukopin	Jl. Diponegoro No.99/111, Yogyakarta
16	Bank BRI Syariah	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 89 Kel. Notoprajan Kec. Ngampilan Yogyakarta
17	Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah	Jl. Faridan M Noto 10
18	Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah	Jl. Bakri 1
19	Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah	Jl. Jendral Sudirman 71
20	Bank Muamalat	Jl. Nusa Indah VIII 136
21	Bank Muamalat	Jl. Wates Km 3 AK-11 Kompleks Griya Alvita
22	Bank Muamalat	Jl. Tevisia 1 Gedung Pusat UGM
23	Bank Muamalat	Jl. Ring Road Utara 160
24	Bank Muamalat	Jl. Kapt P Tendean 56-A Wirobrajan

Sumber: <http://www.carialamat.com/>, 2015

**DAFTAR NAMA DAN ALAMAT KANTOR BANK UMUM DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA (DIY)**

<b>No.</b>	<b>Nama Bank</b>	<b>Alamat</b>
1	Bank UOB buana	Jl. Jendral Sudirman 62
2	Bank UOB Buana	Jl. Pasar Lor 57
3	Bank UOB Buana	Jl. Lor Psr 59
4	Bank UOB Buana	Jl. Kaliurang Km 5,6
5	Bank UOB Buana	Jl. Sriwedani Ruko Sriwedani 11
6	Bank Permata	Jl. P Mangkubumi 26-28
7	Bank Panin	Jl. Gejayan CT X 10
8	Bank OCBC NISP	Jl. Jendral Sudirman 46
9	Bank Mutiara	Jl. Laksda Adi Sucipto 23
10	Bank Mega	Jl. Jendral Sudirman 44
11	Bank Mayapada International	Jl. Jendral Sudirman 40
12	Bank International Indonesia (BII)	Jl. Jendral Sudirman 48
13	Bank ICB Bumiputera	Jl. Teuku Cik Ditiro 4
14	Bank Himpunan Saudara	Jl. Mangkubumi 45
15	Bank Ekonomi Raharja PT Tbk	Jl. P Mangkubumi 63
16	Bank Danamon	Jl. P Diponegoro 97
17	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Jendral Sudirman Lantai 1/49-51
20	Bank Bukopin	Jl. P Diponegoro 99
21	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Wonosari Km 7
22	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Timoho 317
23	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Tepus
24	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Tejogan
25	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Sukonandi 8
26	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Sambi Pitu
27	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Raya Wates-Purworejo Km 11
28	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Pundungsari
29	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Parangtritis 117
30	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Pager
31	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. P Diponegoro 7
32	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Ngipik
33	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Ngemplak Kembang
34	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Ngangkruk
35	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Magelang Km 18
36	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Letjen Suprpto 51-A
37	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Laksda Adi Sucipto Km 6/11
38	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Kyai Mojo 102
39	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Kusumanegara 11
40	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Karangwuni

41	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Bedoyo Kidul
42	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Bantul 1
43	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. AM Sangaji 17
44	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Aipda KS Tubun 56
45	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Dusun Kempleng
46	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Desa Piring
47	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Ds Panggang 3
48	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Ds Celep
49	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Seturan Plaza Blok A-6
50	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Popongan Kompleks BRI Unit 6
51	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Karangijo Wetan
52	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Jogahan Bumirejo
53	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. HOS Cokroaminoto 77
54	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Godean Km 4,5
55	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Gejayan 9-E
56	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Dongkelan Blok I/31
57	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Brosot Brosot Galur
58	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Brigjen Katamso 21
59	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Brigjen Katamso 13-15
60	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Bhayangkara 18
61	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Wates Km 3 Kompleks Bayeman Permai Blok A-1/3
62	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Kompleks AAU Adisucipto
63	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Wonosari Km 10
64	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Parangtritis Km 6
65	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Jendral Sudirman 70
66	Bank Permata	Jl. Mangkubumi 26-28
67	Bank Permata	Jl. Klu
68	Bank Permata Sumoharjo	Jl. Jendral Urip Sumoharjo 143
69	Bank Permata	Jl. Godean Km 28
70	Bank Permata	Jl. Brigjen Katamso 178-B
71	Bank Permata	Jl. Jendral Sudirman 42
72	Bank Panin	Jl. Brigjen Katamso 75-77 Gedung Jogjatronik Lantai LG-FI/26-27
73	Bank OCBC NISP	Jl. Kaliurang Km 5,2/25
74	Bank OCBC NISP	Jl. Brigjen Katamso 252
75	Bank Negara Indonesia (BNI)	Jl. Tri Kora 1
76	Bank Negara Indonesia (BNI)	Jl. SWK Ring Road Utara CC 104
77	Bank Negara Indonesia (BNI)	Jl. Solo Km 7
78	Bank Negara Indonesia (BNI)	Jl. Parangtritis 120
79	Bank Negara Indonesia (BNI)	Jl. P Diponegoro 90
80	Bank Negara Indonesia (BNI)	Jl. P Diponegoro 84
81	Bank Negara Indonesia (BNI)	Jl. Mayjen Sutoyo 67
82	Bank Negara Indonesia (BNI)	Jl. Laksda Adi Sucipto 37
83	Bank Negara Indonesia (BNI)	Jl. Gendeng Gk IV 997

84	Bank Negara Indonesia (BNI)	Perum Puri Arga Kav 1
85	Bank Negara Indonesia (BNI)	Jl. Tegal Gendu 22
86	Bank Mutiara	Jl. Jeruklegi 549-E
87	Bank Mega	Jl. Sriwedani 6-ABC
88	Bank Mega	Jl. Pandega Marta IV 6 RT 003/01
89	Bank Mega	Jl. May Suryotomo 573
90	Bank Mandiri	Jl. Tetuko 27
91	Bank Mega	Jl. Jendral Sudirman
92	Bank Mega	Jl. Sriwedani Ruko Sriwedani 6
93	Bank Mayapada International	Jl. Sultan Agung 23
94	Bank Mayapada International	Jl. Parangtritis 96
95	Bank Mandiri	Jl. Wonosari Km 14
96	Bank Mandiri	Jl. Terban V 585
97	Bank Mandiri	Jl. Tanjung
98	Bank Mandiri	Jl. Surokarsan II 530
99	Bank Mandiri	Jl. Surirejo
100	Bank Mandiri	Jl. Stan
101	Bank Mandiri	Jl. Seturan
102	Bank Mandiri	Jl. Sanggrahan
103	Bank Mandiri	Jl. Pelem Sewu
104	Bank Mandiri	Jl. P Diponegoro 107
105	Bank Mandiri	Jl. Nusantara 1
106	Bank Mandiri	Jl. Ngadisuryan Kt I 107
107	Bank Mandiri	Jl. Muntung
108	Bank Mandiri	Jl. Mpu Tantular
109	Bank Mandiri	Jl. Mlatidukuh
110	Bank Mandiri	Jl. Krawingan
111	Bank Mandiri	Jl. KH Ahmad Dahlan 25
112	Bank Mandiri	Jl. Keparakan Lor I 976
113	Bank Mandiri	Jl. Kemasan 52
114	Bank Mandiri	Jl. Kaliurang Km 6,5 Blok A/5-C
115	Bank Mandiri	Jl. Kaliurang Blok L/6
116	Bank Mandiri	Jl. Kaliurang 5 Km 6
117	Bank Mandiri	Jl. Jendral Sudirman 26
118	Bank Mandiri	Jl. Jembatan Merah 104-A
119	Bank Mandiri	Jl. Jambon
120	Bank Mandiri	Jl. HOS Cokroaminoto 38
121	Bank Mandiri	Jl. Harjowinatan I 787 RT 046/10
122	Bank Mandiri	Jl. Godean 32-A Km 4
123	Bank Mandiri	Jl. Giwangan VII 46 RT 005/02
124	Bank Mandiri	Villa Monjali 1
125	Bank Mandiri	Jl. Kesehatan 1 Kompleks RSU Dr Sardjito
126	Bank Mandiri	Kompleks Puri Gejayan Indah Blok A/19

127	Bank Mandiri	Jl. Nusantara Gedung Pasca Sarjana UGM Los Lobby
128	Bank International Indonesia (BII)	Jl. Samirono VI 228-B
129	Bank International Indonesia (BII)	Jl. Pujowinatan I 718
130	Bank International Indonesia (BII)	Jl. Nagan Tgh 16
131	Bank International Indonesia (BII)	Jl. Glagahsari
132	Bank International Indonesia (BII)	Jl. Gedong Kiwo Mj I 1125
133	Bank International Indonesia (BII)	Jl. Gayam 41/13
134	Bank International Indonesia (BII)	Jl. Cebongan Kidul
135	Bank International Indonesia (BII)	Jl. Brigjen Katamso 143
136	Bank International Indonesia (BII)	Jl. Abimanyu 48
137	Bank Danamon	Jl. KH Ahmad Dahlan 14
138	Bank Danamon	Jl. Kembang
139	Bank Danamon	Jl. Kaliurang Km 8/62
140	Bank Danamon	Jl. Kaliurang Km 5,5/99-A
141	Bank Danamon	Jl. Kalangan V 704 RT 015/04
142	Bank Danamon	Jl. Kadipaten Wetan 189 RT 025/07
143	Bank Danamon	Jl. Jendral Sudirman 52
144	Bank Danamon	Jl. HOS Cokroaminoto 221
145	Bank Danamon	Jl. Gejayan 13
146	Bank Danamon	Jl. Brigjen Katamso 190 RT 002/01
147	Bank Danamon	Jl. Pandega Kav 21 Ruko Permai 3
148	Bank Danamon	Jl. HOS Cokroaminoto 124 Ruko Cokro Square Kav 6 Blok F
149	Bank Danamon	Jl. Barat Psr Prambanan
150	Bank Danamon	Ds Psr Delanggu
151	Bank CIMB Niaga	Jl. May Suryotomo 28-A
152	Bank CIMB Niaga	Jl. Malioboro 60
153	Bank CIMB Niaga	Jl. Magelang 116
154	Bank CIMB Niaga	Jl. Laksda Adi Sucipto 31
155	Bank CIMB Niaga	Jl. Kusumanegara 70
156	Bank CIMB Niaga	Jl. Kusumanegara 66
157	Bank CIMB Niaga	Jl. Kusumanegara 141
158	Bank CIMB Niaga	Jl. Kom L Yos Sudarso 27
159	Bank CIMB Niaga	Jl. Kaliurang Km 5,5 RT 001/01
160	Bank CIMB Niaga	Jl. Jendral Sudirman 13

161	Bank CIMB Niaga	Jl. Godean Km 5/7 RT 001/20
162	Bank CIMB Niaga	Jl. Gagak Rimang 2-4 RT 062/16
163	Bank CIMB Niaga	Jl. Brigjen Katamso 118
164	Bank CIMB Niaga	Perum Puri
165	Bank CIMB Niaga	Perum Lojajar Indah D-63
166	Bank CIMB Niaga	Jl. Kaliurang Kompleks UGM Blok L/4
167	Bank CIMB Niaga	Gedung Pusat UGM
168	Bank CIMB Niaga	Jl. Magelang Km 4,5
169	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Wetan Pasar
170	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Prawirotaman 14
171	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Magelang 188
172	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Magelang 128
173	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Madubronto
174	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Kusumanegara 18
175	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Kaliurang Km 6,4/2
176	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Brigjen Katamso 30
177	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Brigjen Katamso
178	Bank Central Asia (BCA)	Kompleks Griya Surya Asri Blok C-7/2
179	Bank Central Asia (BCA)	Jl. Jendral Urip Sumoharjo 65
180	Bank Bukopin	Kp Bumijo Kulon
181	Bank Bukopin	Jl. Sidikan 1
182	Bank Bukopin	Jl. Parangtritis
183	Bank Bukopin	Jl. Gejayan 17-D
184	Bank Bukopin	Jl. Suroto 6
185	Bank Bukopin	Jl. Laksda Adi Sucipto 32-34
186	Bank Bukopin	Jl. KH Ahmad Dahlan 20
187	Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN)	Jl. Bintaran Tgh
188	Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN)	Jl. Bintaran Tgh 15
189	Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN)	Jl. Mondorakan 35
190	Bank Tabungan Negara (BTN)	Jl. Pringgokusuman 33-G
191	Bank Tabungan Negara (BTN)	Jl. Faridan M Noto 10
192	Bank Tabungan Negara (BTN)	Jl. Colombo VI 7
193	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Affandi 45
194	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	Jl. Kom L Yos Sudarso 1
195	Bank Sinarmas	Jl. Balapan Kemakmuran 11
196	Bank Rabobank International Indonesia	Jl. P Mangkubumi 77
197	Bank Jasa Jakarta PT	Jl. Mangkubumi 4
198	Bank Ina Perdana	Jl. P Diponegoro 42
199	Bank DBS Indonesia	Jl. Prof Dr Ir Herman Yohanes 1125
200	Bank Commonwealth	Jl. Cik Ditiro 15
201	BPD Propinsi DIY	Jl. Tentara Pelajar 7



202	BPD Propinsi DIY	Jl. Wonosari Km 14
203	BPD Propinsi DIY	Jl. Wonosari Km 13
204	BPD Propinsi DIY	Jl. Wates Km 10
205	BPD Propinsi DIY	Jl. Taman Kuantan I/345 RT 031/08
206	BPD Propinsi DIY	Jl. Teuku Cik Ditiro 34
207	BPD Propinsi DIY	Jl. Stasiun 1 RT 001/01
208	BPD Propinsi DIY	Jl. Sidoharjo
209	BPD Propinsi DIY	Jl. Samas Km 22
210	BPD Propinsi DIY	Jl. Rukeman
211	BPD Propinsi DIY	Jl. Ringroad Timur 60
212	BPD Propinsi DIY	Jl. Raya Wonosari Km 14
213	BPD Propinsi DIY	Jl. Raya Ring Road Timur 60
214	BPD Propinsi DIY	Jl. Raya Patuk-Wonosari
215	BPD Propinsi DIY	Jl. Raya Nglipar-Wonosari Km 0,3
216	BPD Propinsi DIY	Jl. Raya Ngemplak-Jangkang
217	BPD Propinsi DIY	Jl. Purbonegaran
218	BPD Propinsi DIY	Jl. Pramuka 42
219	BPD Propinsi DIY	Jl. Polowijan 15
220	BPD Propinsi DIY	Jl. Palagan Tentara Pelajar 92-D
221	BPD Propinsi DIY	Jl. Nogosari
222	BPD Propinsi DIY	Jl. Nglempongsari
223	BPD Propinsi DIY	Jl. Margorejo
224	BPD Propinsi DIY	Jl. Manukan Gg Gelatik 140
225	BPD Propinsi DIY	Jl. Malioboro
226	BPD Propinsi DIY	Jl. Magelang Km 11
227	BPD Propinsi DIY	Jl. Lingkar Utara 104 Kampus UPN
228	BPD Propinsi DIY	Jl. Kesehatan Rumah Sakit Umum Provinsi Dr Sardjito
229	BPD Propinsi DIY	Jl. Kepuh III 941 RT 049/13
230	BPD Propinsi DIY	Jl. Kadipaten 2
231	BPD Propinsi DIY	Jl. Jendral Sudirman 70 Rumah Sakit Bethesda
232	BPD Propinsi DIY	Jl. Jendral Sudirman 2-A
233	BPD Propinsi DIY	Jl. Jendral Sudirman 148 RT 007/14
234	BPD Propinsi DIY	Jl. Jekso
235	BPD Propinsi DIY	Jl. GKP Blok B-3
236	BPD Propinsi DIY	Jl. Bugisan 30
237	BPD Propinsi DIY	Jl. Brigjen Katamso 4
238	BPD Propinsi DIY	Jl. Baran
239	BPD Propinsi DIY	Jl. Bantul 87-A
240	BPD Propinsi DIY	Dsn Tahunan
241	BPD Propinsi DIY	Dsn Semin
242	BPD Propinsi DIY	Ds Ngemplak
243	BPD Propinsi DIY	Jl. Raya Godean-Tempel Ruko Margomulyo 33-36

244	BPD Propinsi DIY	Psr Wetan
245	BPD Propinsi DIY	Kompleks BPD
246	BPD Propinsi DIY	Jl. Gejayan 16 Kampus UNY
247	BPD Propinsi DIY	Jl. Kenari 56 Gedung Balai Kota Yogyakarta
248	BPD Propinsi DIY	Jl. Dr Wahidin Sudirohusodo 5-25
249	Centratama Nasional Bank	Jl. HOS Cokroaminoto 100

Sumber: <http://www.carialamat.com/>, 2015



DAFTAR KEGIATAN EDUKASI PUBLIK DI BIDANG PERBANKAN  
SYARIAH TAHUN 2012 DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

No.	Lembaga/Instansi/Ormas	Acara
1	Kantor Perwakilan Bank Indonesia Yogyakarta	Seminar / Sosialisasi “Pengembangan dan Kebijakan Perbankan Syariah serta Inovasi Produk di BPRS”
2	Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah	Seminar Internasional “Islamic Economics & Finance Prospect & Challenges”
3	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Festival Ekonomi Syariah
4	Asosiasi Dana Pensiun Indonesia	Seminar “Strategi Investasi di Reksadana, Saham, dan Produk Perbankan Syariah bagi Dana
5	HMJA FE UII	Seminar Akuntansi Syariah
6	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Seminar & Lokakarya Nasional “Reorientasi Pembidangan Ilmu Ekonomi Islam”
7	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (SM/IS)	Islamic Banking Training

## KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

### BSM KCP AMBARUKMO YOGYAKARTA



Buka bersama dengan anak yatim



Penyerahan beasiswa kepada UIN Sunan Kalijaga secara simbolis

Sumber: data primer diolah

## DAFTAR PENGHARGAAN BSM TAHUN 2014

No	Gambar	Nama Penghargaan	Pemberi Penghargaan	Atas Prestasi	Tanggal Penganugrahan
1.		<b>Good Corporate Governance Award 2014</b>	Majalah SWA dan The Indonesian Institute for Corporate Governance	Penghargaan untuk Most Trusted Company Based on Corporate Governance Perception Index (CGPI)	17 Desember 2014
2.		<b>Chair of League</b>	Karim Business Consulting	Bank Syariah Mandiri tujuh kali berturut-turut menjuarai Islamic Finance Award	8 Desember 2014
3.		<b>Indonesian Customer Satisfaction Award 2014</b>	Majalah Swa dan Frontier	Penghargaan untuk The Best in Achieving Total Customer Satisfaction	30 Oktober 2014
4.		<b>Asiamoney Islamic Bank Award 2014</b>	Asiamoney	The Best Islamic Bank in Indonesia	25 September 2014
5.		<b>Best Brand Platinum Awards</b>	Majalah Swa bekerjasama dengan lembaga survey Mars	Penghargaan untuk Indonesia Best Brand Award 8 kali berturut-turut (Platinum)	17 September 2014
6.		<b>Service Excellence Award 2014</b>	Majalah Infobank bekerjasama dengan Marketing Research Indonesia	Penghargaan atas: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Best Customer Service</li> <li>2. Best Teller.</li> <li>3. Best ATM.</li> </ol>	13 Juni 2014

			(MRI)	4. Best Satpam	
7.		<b>Service Quality Award 2014</b> <b>Category: Sharia Banking</b>	Carre Customer Satisfaction & Loyalty dan Majalah Service Excellence	For Achieving Exceptional Total Service Quality Satisfaction Based on Customer Perception Survey SQ Index 2014	5 Juni 2014
8.		<b>Corporate Image Award</b>	Majalah Tempo Media Group bekerjasama dengan Frontier Consulting Group	Penghargaan atas pengukuran:  1. Quality: perhatian tinggi terhadap konsumen, produk dan jasa berkualitas tinggi, perusahaan dapat dipercaya dan perusahaan yang inovatif  2. Performance: perusahaan yang memiliki peluang untuk tumbuh dan dikelola dengan baik  3. Responsibility : Perusahaan yang peduli dengan	4 Juni 2014

				<p>lingkungan dan memiliki tanggung jawab social.</p> <p>Attractiveness: Perusahaan merupakan tempat kerja idaman, dan perusahaan memiliki karyawan berkualitas.</p>	
9.		<b>Indonesia Bank Loyalty Award 2014</b>	Infobank bekerja sama dengan Markplus Insight	The Best of Indonesian Bank Loyalty Champion 2014 Category: Saving Account, Islamic banking	26 Februari 2014
10.		<b>The Most Profitable Islamic Full Fledge Bank 2014 : Equity IDR &gt; 1 Triliun (BUKU 2)</b>	Karim Business Consulting	Bank Syariah dengan kinerja terbaik dari sisi kinerja keuangan.	24 Februari 2014
11.		<b>The Most Efficient Islamic Full Fledge Bank 2014 : Equity IDR &gt; 1 Triliun (BUKU 2)</b>	Karim Business Consulting	Bank Syariah dengan kinerja terbaik dari sisi kinerja keuangan.	24 Februari 2014
12.		<b>The Best Islamic Full Pledge Bank 2014 : Equity IDR &gt; 1 Triliun</b>	Karim Business Consulting	Bank Syariah dengan kinerja terbaik dari sisi kinerja keuangan.	24 Februari 2014

		<b>(BUKU 2)</b>			
13.		<b>The Best Islamic Bank in Indonesia 2014</b>	Euromoney	Penghargaan atas The Best Islamic Bank in Indonesia	13 Februari 2014
14.		<b>Top Brand Award 2014 Category Sharia Bank</b>	Majalah Marketing bekerjasama dengan Frontier Consulting Group	In Recognition of Outstanding Achievement in Building the Top Brand	5 Februari 2014
15.		<b>Excellent Service Experience Award 2014 Category Sharia Bank</b>	Bisnis Indonesia bekerjasama dengan Carre	For Excellent Performance in Delivering Positive Customer Experience Based on Mystery Shopping Research ESEI 2014	4 Februari 2014



**KEGIATAN SELAMA OBSERVASI, WAWANCARA, DAN  
DOKUMENTASI**



Peneliti (Ita Rosita, NIM: 10240003) sedang mengamati (observasi) kegiatan pelayanan terhadap nasabah di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta



Peneliti (Ita Rosita, NIM: 10240003) sedang melakukan wawancara dengan Bapak Jaka Triyana selaku *Sub Branch Manager* dan Ibu Arfina Puspitasari selaku *Retail Banking Officer (RBO)* BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta

# mandiri syariah

**PT. Bank Syariah Mandiri**

KCP Ambarukmo

Jl. Laksda Adisucipto No 167

Ambarukmo, Sleman, Yogyakarta

Telp (0274) 484202



Denah lokasi BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta

**Jaringan Kantor Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta:**

**Kantor Cabang Yogyakarta**

Jl. Cik Ditiro No.1 Yogyakarta Telp. (0274) 555022 - 26  
Fax. (0274) 555021

**Kantor Cabang Pembantu (KCP)**

**KCP Kallurang**  
Jl. Kallurang Km 6,4 No.B6-A Yogyakarta Telp. (0274) 887041, 887053  
Fax.(0274) 887047

**KCP Katamsa**  
Jl. Brigjend Kalamso No.160 Yogyakarta Telp. (0274) 412424, 418084  
Fax.(0274) 377290

**KCP Wonosari**  
Jl. Sumarwi No.30 A Gedungsari Wonosari Telp.(0274) 391854, 391487  
Fax.(0274) 391181

**KCP Ambarukmo**  
Jl. Laksda Adi Sucipto No. 167 Yogyakarta Telp. (0274) 484202  
Fax.(0274) 484859

**KCP Godean**  
Jl. Godean Km. 4.4 Rukan Gading Mas, Banyuraden Gamping Sleman Yogyakarta 55293  
Telp. 0274 - 626027, 626028, 626029, 626068  
Fax. 0274 - 617798

**KCP Kotagede**  
Jl.Gedong Kuning Selatan No. 5 Yogyakarta Telp.(0274) 4438989, 4439102-104  
Fax.(0274) 4439200

**Kantor Kas (KK)**

**KK Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)**  
Kampus Terpadu UMY Jl. Lingkar Barat, Bantul Telp.(0274) 450215  
Fax.(0274) 387655

**KK Universitas Islam Indonesia (UII)**  
Kampus Terpadu UII FTSP Jl.Kallurang Km.14.5 Sleman Telp.(0274) 898412  
898549 / Fax.(0274) 898564

**KK Bantul**  
Jl. Jend Sudirman No. 1. Bantul Telp.(0274) 367861, 367871 / Fax.(0274) 367857

**Payment Point (PP)**

**PP Rumah Sakit "JIH"**  
Jl. Ringroad utara No. 160 Condong Catur, Sleman Telp. (0274) 4463052  
Fax. (0274) 4463025

**PP UIN Sunan Kalijaga**  
Jl. Laksda AdisuciptoGedung Kampus Service Center UIN Telp. (0274) 519742  
Fax. (0274) 519581

**PP Universitas Ahmad Dahlan (UAD) I**  
Jl. Kapas No.9 Semaki Yogyakarta Telp. (0274) 560310 / Fax.(0274) 511829

**PP Universitas Ahmad Dahlan (UAD) II**  
Jl. Pramuka No.42 Sidikan Yogyakarta Telp./Fax.(0274) 380920

**bsm**  
produk dana & jasa

Layanan syariah  
untuk seluruh  
kebutuhan finansial Anda



mandiri syariah call (021) 5299 7755

Lebih Adil dan Menenteramkan

 [www.syahmandiri.co.id](http://www.syahmandiri.co.id)

  
mandiri  
syariah

## INTERVIEW GUIDE

### **A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta**

1. Letak geografis
2. Sejarah berdiri Bank Syariah Mandiri Indonesia dan Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta
3. Visi, Misi, dan Nilai-Nilai BSM
4. Produk-produk Pembiayaan Bank Syariah Mandiri
5. Struktur organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta
6. *Job description* bagian pemasaran BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta

### **B. Tinjauan Tentang Strategi Pemasaran PT. BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta**

1. Konsep pemasaran seperti apa yang dipakai oleh BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta?
2. Apakah semua produk termasuk produk pembiayaan skema *murabahah* mempunyai konsep pemasaran yang sama dengan produk-produk pesaing lain?
3. Jika berbeda, bagaimana konsep pemasaran produk pembiayaan skema *murabahah* yang ada di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta?
4. Media apa saja yang digunakan dalam memasarkan produk-produk tersebut?

5. Segmentasi pasar seperti apa untuk produk pembiayaan skema *murabahah*?
6. Apakah produk pembiayaan skema *murabahah* sudah mencapai sasaran dengan tepat?
7. Apa kelebihan atau keunggulan dari produk pembiayaan skema *murabahah* BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta?
8. Apa saja kendala atau tantangan yang dihadapi dalam memasarkan produk-produk yang ada di BSM, khususnya untuk produk pembiayaan skema *murabahah*?

### **C. Tinjauan Strategi Generik (*Generic Strategy*)**

#### 1. Diferensiasi (*Differentiation*)

Apa yang menjadi perbedaan atau ciri khas dari produk pembiayaan *murabahah* yang ada di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dibandingkan dengan pesaing?

#### 2. Kepemimpinan Biaya Menyeluruh (*Over all Cost Leadership*)

Bagaimana strategi yang dilakukan BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dalam menentukan harga yang semakin kompetitif dengan pesaing?

#### 3. Fokus (*Focus*)

Apa yang menjadi fokus produk pembiayaan skema *murabahah* BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta?

### **D. Tinjauan Teori Michael Porter**

#### 1. Persaingan dalam Industri

- a. Apakah pesaing bank syariah adalah sesama bank syariah atau bank konvensional?
  - b. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif?
2. Pemasok (*supliers*)
- a. Apakah nasabah baik individu atau kelompok semakin meningkat?
  - b. Berapa persen (%) nasabah pendanaan dan nasabah pembiayaan dari seluruh nasabah yang ada?
  - c. Bagaimana cara mempertahankan nasabah agar mereka tetap menggunakan produk BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta?
3. Pembeli (*buyers*)
- a. Apakah ada nasabah yang membandingkan atau mempertimbangkan BSM dengan pesaing?
  - b. Bagaimana cara menyampaikan keunggulan produk pembiayaan *murabahah* BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta dibandingkan dengan pesaing?
  - c. Bagaimana dalam meningkatkan fasilitas dan pelayanan produk pembiayaan *murabahah* dibandingkan dengan pesaing?
4. Pendaatang Baru
- a. Bagaimana strategi pemasaran BSM, mengingat saat ini banyak bank konvensional yang membuka UUS maupun lembaga keuangan mikro lain yang berbasis syariah, khususnya dalam produk pembiayaan skema *murabahah*?

- b. Usaha apa yang dilakukan untuk menghambat pendatang baru masuk yang membuka produk yang sama?

5. Produk Pengganti

- a. Bagaimana menurut pendapat anda tentang *developer* dan *dealer* kendaraan bermotor?
- b. Bagaimana cara menarik minat masyarakat agar tertarik dengan produk pembiayaan skema *murabahah* yang ada di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta?

**E. Pertanyaan Untuk Nasabah**

1. Bagaimana pendapat anda tentang produk pembiayaan skema *murabahah* yang ada di BSM KCP Ambarukmo Yogyakarta?
2. Mengapa anda memilih produk pembiayaan skema *murabahah* di BSM KCP Ambarukmo dibandingkan dengan yang lain?

## DAFTAR KEY INFORMAN

No.	Profil
1.	Nama : Jaka Triyana Umur : 42 Tahun Pendidikan : S1 Jabatan : <i>Sub Branch Manager</i> Alamat : Nglaban
2.	Nama : Arfina Puspitasari Umur : 28 Tahun Pendidikan : S1 Jabatan : <i>Retail Banking Officer (RBO)</i> Alamat : Nogotirto
3.	Nama : Edgar Hario Ranu Diro Umur : 26 Tahun Pendidikan : S1 Jabatan : <i>Sales Assistant (SA) RBO</i> Alamat : Kalasan
4.	Nama : Irza Firman Umur : 40 Tahun Pekerjaan : Wiraswasta Alamat : Gamping
5.	Nama : Iin Sulistyو Umur : 38 Tahun Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga Alamat : Bantul



## CURRICULUM VITAE

Nama : Ita Rosita  
Tempat Tanggal Lahir: Ciamis, 10 Juli 1991  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat Asal : Dsn. Pasirangin RT/RW 23/08, Ds. Margajaya, Kec.  
Pamarican, Kab. Ciamis, Jawa Barat  
Alamat Sekarang : Jl. Timoho No. 815 Gendeng Baciro Yogyakarta  
No HP : 085 842 011 639

### Latar Belakang Pendidikan

1997-1998 : TK Nurul Huda  
1998-2004 : SDN 2 Margajaya  
2004-2007 : SMPN 1 Cidolog  
2007-2010 : SMKN 1 Banjar  
2010-sekarang : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### Pengalaman Organisasi

2002-2004 : PRAMUKA PENGGALANG sebagai anggota  
2004-2007 : PRAMUKA PENEGAK sebagai devisi keagamaan  
2007-2010 : PRAMUKA BANTARA sebagai anggota  
2010 : PMII Yogyakarta, KOPMA UIN SUKA, KPM Galuh  
Rahayu Ciamis-Yogyakarta  
2011 : Al-Mizan devisi Shalawat

### Pengalaman Kerja

2011 : *Carrefour* Jogja sebagai Kasir di Ambarukmo Plaza