

**TUGAS AKHIR**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MUDHARABAH*  
DI PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG**

**Oleh:**

**LARAS WATI  
NPM. 1602080017**



**Jurusan D3 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1441 H / 2020 M**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MUDHARABAH*  
DI PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)

Oleh:

**LARAS WATI**  
NPM. 1602080017

Pembimbing Tugas Akhir: Drs. H. M. Saleh, M.A

Jurusan D3 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1441 H / 2020 M**

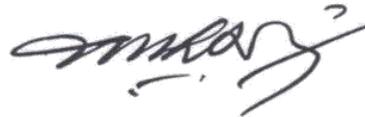
## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul TA : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK MUDHARABAH DI  
PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG**  
Nama : **LARAS WATI**  
NPM : 1602080017  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Diploma III Perbankan Syariah

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, November 2019  
Pembimbing,



**Drs. H. M. Saleh, M.A**  
NIP. 19650111 199303 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id;E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

No: 0064 / (n.28.3 / 0 / PP.00.9 / 01 / 2020

Judul Tugas Akhir: STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MUDHARABAH* DI PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG, disusun Oleh: LARAS WATI, NPM: 1602080017, Program: ~~D-III~~ Perbankan Syariah telah diujikan dalam Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/26 Desember 2019, di Kampus II (E.7.2.2).

**TIM PENGUJI :**

Ketua : Drs. H. M. Saleh, M.A

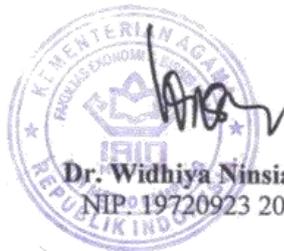
Penguji I : Zumaroh, M.E.Sy

Penguji II : Hermanita, SE.MM.

Sekretaris : Nurul Mahmudah, M.H



Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum.  
NIP. 19720923 200003 2 002

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MUDHARABAH* DI PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG**

**Oleh:  
LARAS WATI  
NPM. 1602080017**

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang member arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Bank Aman Syariah Sekampung sebagai salah satu lembaga keuangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang terletak di wilayah Lampung Timur dan bertugas dalam penghimpunan dana dari masyarakat melalui produk tabungan yang salah satunya adalah tabungan *mudharabah*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk *mudharabah* yang ada di PT.BPRS Aman Syariah Sekampung. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). Sifat penelitian ini yaitu deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui sumber data primer dan sekunder, dengan menggunakan metode pengumpulan data dan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang diperlukan adalah kualitatif dengan teknik pengambilan kesimpulan dengan menggunakan metode bersifat induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. BPRS Aman Syariah Sekampung pada produk *mudharabah* yaitu dengan menggunakan strategi penggunaan media massa, penyebaran brosur, edukasi, dan berinteraksi langsung oleh para nasabah-nasabahnya ataupun calon nasabah barunya itu yang bisa menarik nasabah-nasabah baru untuk menggunakan produk-produk yang telah ditawarkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LARAS WATI  
NPM : 1602080017  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa tugas akhir ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, November 2019  
Yang Menyatakan,



**Laras Wati**  
NPM. 1602080017

## MOTTO

... فَإِنَّ أَمِنْ بَعْضِكُمْ بَعْضًا فَلَیُؤَدِّ الَّذِیْ أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلِیَتَّقِ اللّٰهَ رَبَّهُ ...

Artinya: ... Maka, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya... (Q.S. Al-Baqarah: 283)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 38

## PERSEMBAHAN

*Allhamdulillahirobbilalamin*, dengan penuh syukur kehadiran Allah SWT, peneliti persembahkan tugas akhir kepada orang-orang yang selalu mendukung serta memberikan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini, khususnya kepada:

1. Ibu ku tercinta (Sumiati) dan bapak ku tercinta (Acmad Gunadi) yang tiada pernah bosan menyayangiku, menasehatku, memberikan motivasi serta selalu mendoakan setiap langkah ku sehingga menjadi semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar sebagai upaya meraih kesuksesanku.
2. Adik kandung saya Nur Alamsyah yang senantiasa memberikan dorongan dan hiburan ketika lelah menyelimuti pikiran.
3. Sahabat-sahabatku D-III Perbankan Syariah Kelas A Angkatan 2016, Sahabatku Jhesy Dewi Lestari dan Sri Yuliana Putri tetap semangat dalam menggapai cita-cita kalian.
4. Bapak Drs. H. M. Saleh, M.A yang telah memberikan bimbingan dan memberikan motivasi demi penyelesaian tugas akhir ini.
5. Almamater saya IAIN Metro, tempat saya menggali ilmu dan menemukan banyak pengalaman.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

*Alhamdulillah Rabbil'alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul: “STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MUDHARABAH* DI PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG”.

Penulisan tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III IAIN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Ahlimadya (Amd). Dalam upaya penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena nya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Widhiya Ninsiana, M. Hum selaku Dekan Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Bapak Drs. H. M. Saleh, M.A., selaku dosen pembimbing tugas akhir sekaligus pembimbing akademik yang telah membimbing peneliti dengan penuh kesabaran.
4. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

5. Direktur dan segenap Karyawan di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini, sehingga kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi perbaiki di masa yang akan datang. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan mengenai strategi penanganan nasabah bermasalah.

*Wasalamu'alaikum Wr.Wb*

Metro, Januari 2020  
Peneliti,



**Laras Wati**  
NPM. 1602080017

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Metode Penelitian .....	5
1. Jenis Penelitian .....	6
2. Sifat Penelitian.....	6
3. Sumber Data .....	7
4. Teknik Pengumpulan Data .....	7
5. Teknik Analisis Data .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Strategi Pemasaran .....	12
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	12
2. Macam-Macam Strategi Pemasaran .....	15
B. Produk <i>Mudharabah</i> .....	16
1. Pengertian Produk <i>Mudharabah</i> .....	16
2. Dasar Hukum <i>Mudharabah</i> .....	17
3. Rukun dan Syarat <i>Mudharabah</i> .....	19
4. Jenis-Jenis <i>Mudharabah</i> .....	21
5. Tabungan <i>Mudharabah</i> .....	21
6. Fatwa Dewan Syariah Nasional.....	22
7. Skema Transaksi <i>Mudharabah</i> .....	23

<b>BAB III PEMBAHASAN</b>	
A. Profil PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.....	26
1. Sejarah dan Perkembangan PT. BPRS Aman Syariah Sekampung .....	26
2. Visi dan Misi PT.BPRS Aman Syariah Sekampung .....	29
3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.	29
4. Produk-Produk PT. BPRS Aman Syariah Sekampung .....	31
B. Strategi Pemasaran Produk <i>Mudharabah</i> Di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung .....	38
1. Strategi Pemasaran Produk <i>Mudharabah</i> yang Diterapkan Pada PT. BPRS Aman Syariah Sekampung .....	38
2. Produk <i>Mudharabah</i> di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung .....	40
3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) yang dilakukan PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.....	40
4. Kekurangan dan Kelebihan PT. BPRS Aman Syariah Sekampung dalam memasarkan produk <i>Mudharabah</i> .....	46
C. Analisis Strategi Pemasaran Produk <i>Mudharabah</i> di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.....	47
 <b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran .....	50
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
4.1. Nasabah Produk <i>Mudharabah</i> di Bank Aman Syariah Sekampung Tahun 2019 .....	32

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1. Skema <i>Mudharabah</i> .....	24
3.1 Struktur Organisasi PT.BPRS Aman Syariah Sekampung .....	30

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Bimbingan
2. Alat Pengumpulan Data
3. Kartu Konsultasi Bimbingan
4. Brosur-Brosur
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada umumnya yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>1</sup>

Menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank Perkreditan Rakyat menurut Undang-Undang (UU) Perbankan No.7 tahun 1992, adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka tabungan dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Sedangkan pada UU Perbankan No. 10 tahun 1998, disebutkan bahwa BPR adalah lembaga keuangan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah.<sup>2</sup>

Perkembangan perbankan di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat. Sektor perbankan memegang peranan penting dalam usaha pengembangan disektor ekonomi dan juga berperan dalam meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasil, serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan taraf hidup rakyat. Era sekarang ni yang

---

<sup>1</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jogjakarta: Ekonisia, 2013), 29.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 93.

ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (change) yang luar biasa. Terjadinya kemudahan yang diperoleh dari media informasi membuat kompetisi yang sangat ketat, yang berakibat nasabah (customer) semakin banyak pilihan terhadap jenis bank yang akan digunakan untuk transaksi.<sup>3</sup>

Pada dunia pemasaran sering kali pula diidentikan dengan dunia yang penuh janji manis namun belum tentu terbukti apakah produknya sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Ini lah yang harus dibuktikan dalam suatu manajemen pemasaran syariah yang baik pada penjualan produk barang atau jasa, bahkan pemasaran syariah bukanlah dunia yang penuh dengan tipu menipu. Sebab pemasaran syariah merupakan tingkatan yang paling tinggi dalam pemasaran, yaitu spiritual marketing, dimana etika, nilai-nilai dan norma dijunjung tinggi. Hal-hal ini lah yang seringkali menyebabkan konsumen pada akhirnya banyak kecewa pada produk barang atau jasa yang telah dipilih karena berbeda dengan apa yang telah dijanjikan oleh para pemasar.<sup>4</sup>

Strategi yang digunakan dalam pemasaran haruslah baik, jelas dan harus bisa dipahami oleh nasabah (customer) apa lagi perbankan syariah dimana masyarakat nya masih banyak yang kurang memahami dengan produk-produk yang ada di perbankan syariah jadi strategi yang digunakan harus tepat agar masyarakat bisa lebih memahaminya.

---

<sup>3</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta, Rajawali Pres, 2010), 2.

<sup>4</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 5.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang member arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>5</sup>

Bank Aman Syariah Sekampung sebagai salah satu lembaga keuangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang terletak di wilayah Lampung Timur dan bertugas dalam penghimpunan dana dari masyarakat melalui produk tabungan *Mudharabah* “ Tabungan *Mudharabah (TAMBAH)*, Tabungan Haji Makbrur (*TAJIMABRURU*), Tabungan Qurban Aman Syariah (*TAQURBANAS*), Tabungan Pendidikan Aman Syariah (*TAPENAS*), Tabungan Masa Tua (*TAMATU*), Tabungan Anak Sejahtera (*TABANAS*), Tabungan Makbullah Umroh (*TAMU*), Tabungan Wisata (*TAWA*), Tabungan Keluarga Samara (*TAKASMARA*), Tabungan Idul Fitri (*TIFI*)”, Deposito dan menyalurkan kembali dana kepada masyarakat dalam bentuk produk pembiayaan dengan transaksi jual beli berdasarkan prinsip (Murabaha, Istishna, Salam, Ijarah, Multi Jasa, dan jual beli lainnya), pembiayaan bagi

---

<sup>5</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), 168.

hasil berdasarkan prinsip (*Mudharabah*, *Musyarakah*), pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip (*Rahn*, *Qardh*, *Qardhul Hasan*).<sup>6</sup>

Produk *Mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggungjawab atas kerugian tersebut.<sup>7</sup>

Perihal memasarkan produk di Bank tertentu saja dibutuhkan strategi pemasaran yang baik, salah satunya yaitu bauran pemasaran 4P. Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran factor yang dapat dikendalikan product, price, promotions, place yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.<sup>8</sup>

Untuk itu peneliti ingin mengetahui strategi apa yang digunakan oleh Bank Aman Syariah Sekampung dalam memasarkan produk *mudharabah*. Hal ini lah yang membuat peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang “Strategi Pemasaran Produk *Mudharabah* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung”.

---

<sup>6</sup> Dokumen PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur dikutip pada tanggal 12 Maret 2019

<sup>7</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 95.

<sup>8</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, 14.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran produk *mudharabah* di PT.BPRS Aman Syariah Sekampung.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan suatu kehendak yang ingin dicapai yang dapat memberikan arahan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk *mudharabah* yang ada di PT.BPRS Aman Syariah Sekampung.

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini antara lain sebagai:

- a. Secara teoritis, dapat menjadi sumber informasi atau referensi tambahan, serta memperkaya menambahkan keilmuan di bidang perbankan syariah, khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk.
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengelola lembaga keuangan syariah terutama PT.BPRS Aman Syariah tentang strategi pemasaran produk *mudharabah*.

## **D. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penulisan dan penyusunan tugas akhir ini untuk mendapatkan informasi dan data-data adalah sebagai berikut:

## 1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan dalam penulisan tugas akhir ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu, suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajari sebagai suatu kasus.<sup>9</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian di PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

## 2. Sifat Penelitian

Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif suatu metode dalam meneliti status metode dalam meneliti setatus kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.<sup>10</sup> Sedangkan pengertian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>11</sup> Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat perencanaan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu<sup>12</sup>. Dalam hal ini peneliti bermaksud memberikan deskriptif

---

<sup>9</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2006), Cet. 1, 96.

<sup>10</sup> Moh, Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), 63.

<sup>11</sup> Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian*, 4.

<sup>12</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014),

mengenai Strategi Pemasaran Produk *Mudharabah* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.

### 3. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang penulis gunakan yaitu data primer dan data sekunder.

#### a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.<sup>13</sup> Sumber pertama yang dimaksud disini adalah dengan dilakukan wawancara. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah 1 orang selaku *funding officer*, 1 orang selaku *Customer Service*, 1 orang selaku *direktur* di PT.BPRS Aman Syariah Sekampung.

#### b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber kedua yang diperoleh dari bahan-bahan bacaan seperti buku, hasil penelitian, dan lain sebagainya.<sup>14</sup> Menurut Sugiyono, sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.<sup>15</sup>

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu langkah awal yang harus ditempuh oleh seorang peneliti adalah mengumpulkan data yang

---

<sup>13</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), 129.

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 9.

sesungguhnya secara objektif. Pengumpulan data penulis menggunakan beberapa teknik, antara lain:

a. Metode wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.<sup>16</sup>

Wawancara menurut Mudrajad Kuncoro adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk Tanya-jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata verbal.<sup>17</sup>

Penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur atau wawancara mendalam. Metode ini bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan cirri-ciri setiap responden.<sup>18</sup>

Peneliti melakukan wawancara tentang strategi pemasaran produk mudharabah di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung. Orang yang berkompeten yang dimaksud anatar lain: Ikhwan Nur Ayudin selaku *Funding Officer*, Bella Valentina selaku *Customer Servis (CS)*,

---

<sup>16</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian.*, 105.

<sup>17</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Erlangga, 2003), 119

<sup>18</sup> Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 181.

dan Sugiyanto selaku *Direktur* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen baik berupa buku harian, surat, dan referensi lainnya.<sup>19</sup> Dokumen dalam penelitian ini seperti dokumen-dokumen atau arsip-arsip, baik berupa sejarah Bank Aman Syariah, visi-misi, struktur organisasi yang ada pada PT.BPRS Aman Syariah Sekampung.

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, menemukan pola, memilih-mikihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan menemukan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>20</sup>

Menurut Sugiyono, analisis data adalah proses mencari atau menyusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintensa menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang

---

<sup>19</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tensis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000), 102.

<sup>20</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2013), 248.

lain.<sup>21</sup> Data yang peneliti peroleh dari PT.BPRS Aman Syariah Sekampung merupakan data kualitatif. Teknik analisis data yang peneliti gunakan pun adalah teknik analisis kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif.

Menurut Sutrisno Hadi, berfikir induktif berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang kongkri, kemudian fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang khusus kongrit itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum.<sup>22</sup> tujuan untuk menyederhanakan data yang telah terkumpul dan menyajikan dalam susunan yang baik sehingga dapat lebih dipahami.

Berdasarkan keterangan tersebut, maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang diperoleh, data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berawal dari informasi tentang Strategi Pemasaran Produk *Mudharabah* pada PT.BPRS Aman Syariah Sekampung.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan adalah sebagai susunan atau urutan dalam penulisan karya ilmiah supaya mudah dipahami oleh pembacanya. Pembahasan tugas akhir ini, dibagi kedalam empat bab dan pada setiap bab terdapat sub-sub bab. Oleh sebab itu, dalam penulisan tugas akhir ini peneliti menggunakan sistematika sebagai berikut:

---

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, (Bandung, Alfabeta, 2013), 335.

<sup>22</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1984), 42.

## 1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

## 2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai strategi pemasaran dan produk *mudharabah*

## 3. BAB III PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang Profil PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, Strategi pemasaran produk *mudharabah*, dan analisis strategi pemasaran produk *mudharabah* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.

## 4. BAB IV PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi Pemasaran**

##### **1. Pengertian Strategi Pemasaran**

Untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat dan menguntungkan di perlukan strategi pemasaran yang andal. Strategi pemasaran (*marketing strategy*) menurut Kotler dan Armstrong, sebagaimana dikutip oleh Kasmir, adalah logika pemasaran di mana unit bisnis berharap untuk mencapai tujuan pemasarannya.<sup>1</sup>

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>2</sup>

Pada strategi pemasaran juga menggunakan elemen-elemen dari *Marketing mix* (bauran pemasaran) penggunaan ini dalam dunia

---

<sup>1</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 16.

<sup>2</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), 169.

pemasaran perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya, konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Khususnya untuk produk yang berbentuk barang jasa diperlukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.

Berikut ini akan dijelaskan secara singkat mengenai unsure-unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) dari definisi yang dikemukakan oleh Philip Kotler, antara lain sebagai berikut:

a. *Product* (produk)

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa, produk barang yaitu nyata seperti produk kendaraan bermotor, computer, alat elektronik atau produk lainnya yang bersifat konkret merupakan contoh dari produk barang. Sementara produk jasa sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Ini hal penting dari pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Contoh dari produk jasa antara lain pelayanan kesehatan, pangkas rambut dan produk jasa lainnya. Produk yang ditawarkan perbankan adalah contoh produk jasa, sehingga pemasaran yang digunakanpun adalah strategi pemasaran untuk produk jasa.

b. *Price* (harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Factor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu

penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.

c. *Promotions* (promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberi tahu dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang dipromosikan oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas.

d. *Place* (tempat/saluran distribusi)

Perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu:

- 1) Sistem transportasi perusahaan.
- 2) Sistem penyimpanan.
- 3) Pemilihan saluran distribusi

Termasuk dalam sistem transportasi antara lain keputusan tentang pemilihan alat transportasi, penentuan jadwal pengiriman, rute yang harus ditempuh dan seterusnya. Dalam sistem penyimpanan, harus menentukan letak gudang baik untuk menyimpan bahan baku maupun lokasi untuk menyimpan barang jadi, jenis peralatan yang digunakan untuk mengenai material maupun peralatan lainnya. Sedangkan pemilihan distribusi menyangkut keputusan barang

penggunaan penyaluran (pedagang besar, pengecer, agen, makelar) dan bagaimana menjalani kerja sama yang baik dengan para penyalur.<sup>3</sup>

Dalam rangka memenangkan persaingan antara bank dalam menjalankan bauran pemasaran dapat dilakukan berbagai strategi. Akan tetapi, ketepatan penggunaan strategi bauran pemasaran suatu bank ditentukan antara lain melalui kualitas jasa yang ditawarkan.

## **2. Macam-Macam Strategi Pemasaran**

Pada prinsipnya ada lima macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan, yaitu:

### **a. Strategi penetasi pasar**

Penetasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitatif maupun kualitatif pada dasarnya saat ini (lama) melalui promosi dan distribusi secara aktif

### **b. Strategi pengembangan produk**

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan.

### **c. Strategi pengembangan pasar**

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau

---

<sup>3</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, 14-16.

menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategi ini bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

d. Strategi integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para pihak bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diverifikasi horizontal, yaitu penggabungan bank-bank (merger).

e. Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud disini adalah bank memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai variasi produk perbankan dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai variasi produk perbankan kepada kelompok konglomerat (korporat).<sup>4</sup>

## **B. Produk *Mudharabah***

### **1. Pengertian *Mudharabah***

*Mudharabah* berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah *proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.*

---

<sup>4</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, 78-81.

Secara teknis, *mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggungjawab atas kerugian tersebut.<sup>5</sup>

Secara terminologi *mudharabah* berarti sejumlah uang yang diberikan seseorang kepada orang lain untuk modal usaha, apabila mendapat keuntungan maka dibagi dua, yaitu, untuk pihak pemilik modal (*sahibul maal*) dan pelaku usaha atau yang menjalankan modal (*mudharib*) dengan persentase atau jumlah sesuai dengan kesepakatan sementara apabila terjadi kerugian maka ditanggung oleh pemilik modal.<sup>6</sup>

## 2. Dasar Hukum *Mudharabah*

*Mudharabah* mempunyai landasan dari al-Quran, al-Sunnah, ijma' dan qiyas. Landasan dari al-Quran adalah sebagai berikut:

### a. Al-Qur'an

- 1) Firman Allah dalam surat al-Muzammil ayat 20:

... وَءَاخِرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ...

---

<sup>5</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), cet.1, 95.

<sup>6</sup> Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), 128.

Artinya: “...berkeliaran dimuka bumi mencari karunia Allah” (Q.S. Al-Muzammil: 20)<sup>7</sup>

2) Firman Allah dalam surat al-Jumu’ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ  
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila salat telah dilaksanakan maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (Q.S. Al-Jum’ah: 10)<sup>8</sup>

3) Firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ...

Artinya: “Tidak ada dosa (halangan) bagi kamu untuk mencari karunia Tuhanmu...” (Q.S. Al-Baqarah: 198)<sup>9</sup>

#### b. Al-Hadits

روى ابن عباس رضى الله عنه قال كان سيدنا العباس بن عبد  
المطلب إذا دفع المال مضاربة اشترط على صاحبه أن لا يسئلك  
به بحرًا ولا ينزل به واديًا ولا يشتري به دابة ذات كبد رطبة فإن  
فعل ذلك ضمن فبلغ شرطه رسول الله صلى الله عليه وسلم  
فأجازه

Artinya: Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 459

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*., 442

<sup>9</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*., 24

usahanya secara mudharabah ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak, jika menyalahi peraturan tersebut, yang bersangkutan bertanggungjawab atas dana tersebut. Disampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rosulullah saw. dan Rosulullah pun membolehkan.” (HR Thabrani)

عَنْ سُهَيْبِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :  
ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ : الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمَقَارَضَةُ وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ  
لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه)

Artinya: Dari Suhaib ar-Rumi r.a. bahwa Rasulullah saw. bersabda, “Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual.” (HR Ibnu Majah dengan sanad dhaif).

### c. Ijma

Imam Zailia telah menyatakan bahwa para sahabat telah berkonsensus terhadap legitimasi pengolahan harta yatim secara mudharabah. Kesepakatan para sahabat ini sejalan dengan spirit hadis yang dikutip Abu Ubaid.<sup>10</sup>

### 3. Rukun dan Syarat Mudharabah

Akad mudharabah yang sah harus memenuhi rukun dan syaratnya. Rukun mudharabah ada lima, yaitu pemilik modal (*sahibul maal*), pelaku usaha atau pengelola modal (*mudharib*), modal (*ra'sul maal*), pekerjaan pengelola modal (*al-amal*) dan keuntungan (*al-ribh*). Penggunaan modal pada umumnya digunakan untuk perdagangan, namun pada praktiknya

<sup>10</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah.*, 96.

tidak selalu digunakan untuk bidang perdagangan, akan tetapi juga ada yang digunakan untuk usaha dalam bidang jasa.

*Mudharabah* yang sah harus memenuhi syarat. Syarat yang melekat pada rukunnya. Syarat-syarat tersebut adalah sebagai berikut:

*Pertama*, syarat yang terkait dengan para pihak yang berakad. Kedua belah pihak yang berakad, pemilik modal (*sahibul maal*) dan pengelola modal (*mudharib*) harus cakap bertindak atau cakap hukum. Berakal dan baligh, dalam akad *mudharabah* kedua belah pihak yang berakad tidak disyaratkan harus muslim.

*Kedua*, syarat yang terkait dengan modal adalah sebagai berikut:

- a. Modal harus berupa uang atau mata uang yang berlaku dipasaran. Menurut mayoritas ulama modal dalam *mudharabah* tidak boleh berupa barang, baik bergerak maupun tidak.
- b. Modal harus jelas jumlah dan nilainya. Ketidakjelasan modal akan berakibat pada ketidakjelasan keuntungan, sementara kejelasan modal merupakan syarat sah *mudharabah*.
- c. Modal harus berupa uang cash, bukan piutang. Berdasarkan syarat ini, maka *mudharabah* dengan modal berupa tanggungjawab utang pengelola modal kepada pemilik modal.
- d. Modal harus ada pada saat dilaksanakannya akad *mudharabah*.
- e. Modal harus diserahkan kepada pihak pengelola modal atau pengelola usaha, bila modal tidak diserahkan maka akad *mudharabah* rusak.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah*, 134.

#### 4. Jenis-Jenis *Mudharabah*

Secara umum, *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis, *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. *Mudharabah muthlaqah*, adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqih ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *if'al ma syi'ta* (lakukan sesukamu) dari *shahibul maal* ke *mudharib* yang memberikan kekuasaan sangat besar.

*Mudharabah muqayyadah*, adalah kebalikan dari *mudharabah muthlaqah*. si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecendrungan umum si *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha.<sup>12</sup>

#### 5. Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* merupakan produk penghimpunan dana oleh bank syariah yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*, bank syariah bertindak sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal*. Nasabah menyerahkan pengelolaan dana tabungan *mudharabah* secara mutlak kepada *mudharib* (bank syariah), tidak ada batasan baik dilihat dari jenis investasi, jangka waktu, maupun sector usaha, dan tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah Islam.

---

<sup>12</sup> Muhammad Syafi'i Antono, *Bank Syariah.*, 97.

Bank syariah akan membayar bagi hasil kepada nasabah setiap akhir bulan, sebesar dengan nisbah yang telah diperjanjikan pada saat pembukaan rekening tabungan *mudharabah*. Bagi hasil yang akan diterima nasabah akan selalu berubah pada akhir bulan. Perusahaan bagi hasil ini disebabkan karena adanya fluktuasi pendapatan bank syariah dan fluktuasi dana tabungan nasabah.

Bagi hasil tabungan *mudharabah* sangat dipengaruhi oleh antara lain:

- a. Pendapatan bank syariah.
- b. Total investasi *mudharabah muthlaqah*.
- c. Total investasi produk tabungan *mudharabah*.
- d. Rata-rata saldo tabungan *mudharabah*.
- e. Nisbah tabungan *mudharabah* yang ditetapkan sesuai dengan perjanjian.
- f. Metode perhitungan bagi hasil yang diberlakukan.
- g. Total pembiayaan bank syariah.<sup>13</sup>

## 6. Fatwa Dewan Syariah Nasional

Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 1 April 2000 tentang tabungan.

### a. Jenis Tabungan

- 1) Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah adalah tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.

---

<sup>13</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 89.

2) Tabungan yang dibenarkan merupakan tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadiah*.

b. Ketentuan Umum Tabungan *Mudharabah*:

- 1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.
- 2) Bank sebagai *mudharib* dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk ber-*mudharabah* dengan pihak lain.
- 3) Modal harus dinyatakan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
- 5) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- 6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.<sup>14</sup>

## 7. Skema Transaksi *Mudharabah*

Secara sederhana aplikasi *mudharabah* dalam lembaga keuangan syari'ah adalah digambarkan sebagai berikut:<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 96

<sup>15</sup> Ismail, *Perbankan Syariah.*, 90

**Gambar 2.1**  
**Skema Mudharabah**



Keterangan:

- a. Nasabah investor menetapkan dananya dalam bentuk tabungan *mudharabah*.
- b. Bank syariah akan menyalurkan seluruh dana nasabah penabung dalam bentuk pembiayaan.
- c. Bank syariah mendapatkan pendapatan atas pembiayaan yang telah disalurkan.
- d. Bank syariah akan menghitung bagi hasil atas dasar *Revenue Sharing*, yaitu pembagian bagi hasil atas dasar pendapatan sebelum dikurangi biaya. Jumlahnya disesuaikan dengan saldo rata-rata tabungan dalam bulan laporan.

- e. Pada akhir bulan, nasabah penabung akan mendapatkan keuntungan dari bagi hasil yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> *Ibid*

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Profil PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**

##### **1. Sejarah dan Perkembangan PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia didorong oleh 4 (empat) alasan utama yaitu: pertama adanya kehendak sebagian masyarakat untuk melaksanakan transaksi perbankan atau kegiatan ekonomi secara umum yang sejalan dengan nilai dan prinsip syariah, khususnya bebas riba sesuai dengan fatwa MUI . Dan kedua adanya keunggulan system operasional dan produk perbankan syariah yang antara lain mengutamakan pentingnya moralitas, keadilan dan transparansi dalam kegiatan operasional perbankan syariah. Ketiga adanya Pengawasan dan Pembinaan dari Bank Indonesia sehingga kelangsungan Perbankan Syariah tetap terjaga. Keempat adanya Lembaga Penjamin Simpanan.

Keempat alasan tersebut berlaku pula di wilayah Kabupaten Lampung Timur, maka beberapa tokoh praktisi Lembaga Keuangan Mikro Syariah (BMT) di Sekampung bercita-cita mendirikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan nama PT. BPRS Aman Syariah. Di mana BPRS sebagai Community bank yaitu bank yang fokus melayani masyarakat di wilayah cakupannya layanannya, dengan menerapkan strategi bersaing yang memanfaatkan potensi muatan lokal (local content) dengan berbagai dimensi. Maka Pendirian PT.BPRS Aman Syariah dengan dengan potensi

muatan lokal yaitu Permodalan, Penghimpunan Dana, Penyaluran Dana, Pengurus, Pegawai adalah berasal dari masyarakat Lampung Timur khususnya yang berdomisili di Kecamatan Sekampung.<sup>1</sup>

Dengan berlandaskan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan PBI No.11/23/PBI/2009 tanggal 1 Juli 2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah serta SE BI No. 11/34/DPbS tanggal 23 Desember 2009 perihal Bank Pembiayaan Rakyat Syariah maka di Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur direncanakan mendirikan PT. BPRS AMAN SYARIAH sebagai community bank.

Sesuai dengan PBI No.11/23/PBI/2009 BPRS hanya dapat didirikan dengan izin Bank Indonesia yaitu izin prinsip dan izin usaha. Untuk izin prinsip salah satunya adanya studi kelayakan mengenai peluang pasar dan potensi ekonomi.

PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur didirikan berdasarkan Rapat Calon Pemegang Saham pada tanggal 17 Maret 2012 oleh 17 orang calon pemegang saham PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur. Mendapatkan badan hukum PT berdasarkan Akta Pendirian PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur No. 15 tanggal 11 Pebruari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, Sarjana Hukum dan pengesahan Badan Hukum PT dari Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia (Menkumham) Nomor: AHU-10.01982.PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Februari 2014 serta Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor: S-2/PB.1/2014 tentang

---

<sup>1</sup> Dokumentasi, PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, Lampung Timur 14 Februari 2019

Pemberian Izin Prinsip Pendirian PT. BPRS Aman Syariah pada tanggal 28 Januari 2014 dan Mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014 berdasarkan Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor: S-237/PB.131/2014 tentang Pemberian Izin Usaha pada tanggal 30 Desember 2014. Dalam operasioanalnya PT.BPRS Aman Syariah Lampung Timur dikelola oleh Direksi dan jajaran karyawan dan diawasi oleh Dewan Komisaris. Hasil pengelolaan yang dilakukan oleh Direksi dan pengawasan yang dilakukan Dewan Komisaris serta pengawasan secara syariah oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) dilaporkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

PT. BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan BPRS merupakan singkatan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sedangkan Aman Syariah merupakan nama dari badan usaha tersebut. PT. BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha dalam bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan pola syariah.

Pada saat peneliti melakukan penelitian pada PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur Provinsi Lampung tepat nya di bulan januari 2019. Jumlah pengurus PT. BPRS Aman Syariah sebanyak 6 (enam) orang dan karyawan sebanyak 27 (dua puluh tujuh) orang, serta jumlah nasabah tabungan sebanyak 5.005 orang, jumlah nasabah pembiayaan sebanyak 407 orang dan jumlah tabungan deposito sebanyak 304 orang.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Bella Valentina, *Customer Service* PT. BPRS Aman Syariah Sekampung. wawancara tanggal 18 april 2019

## **2. Visi Misi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**

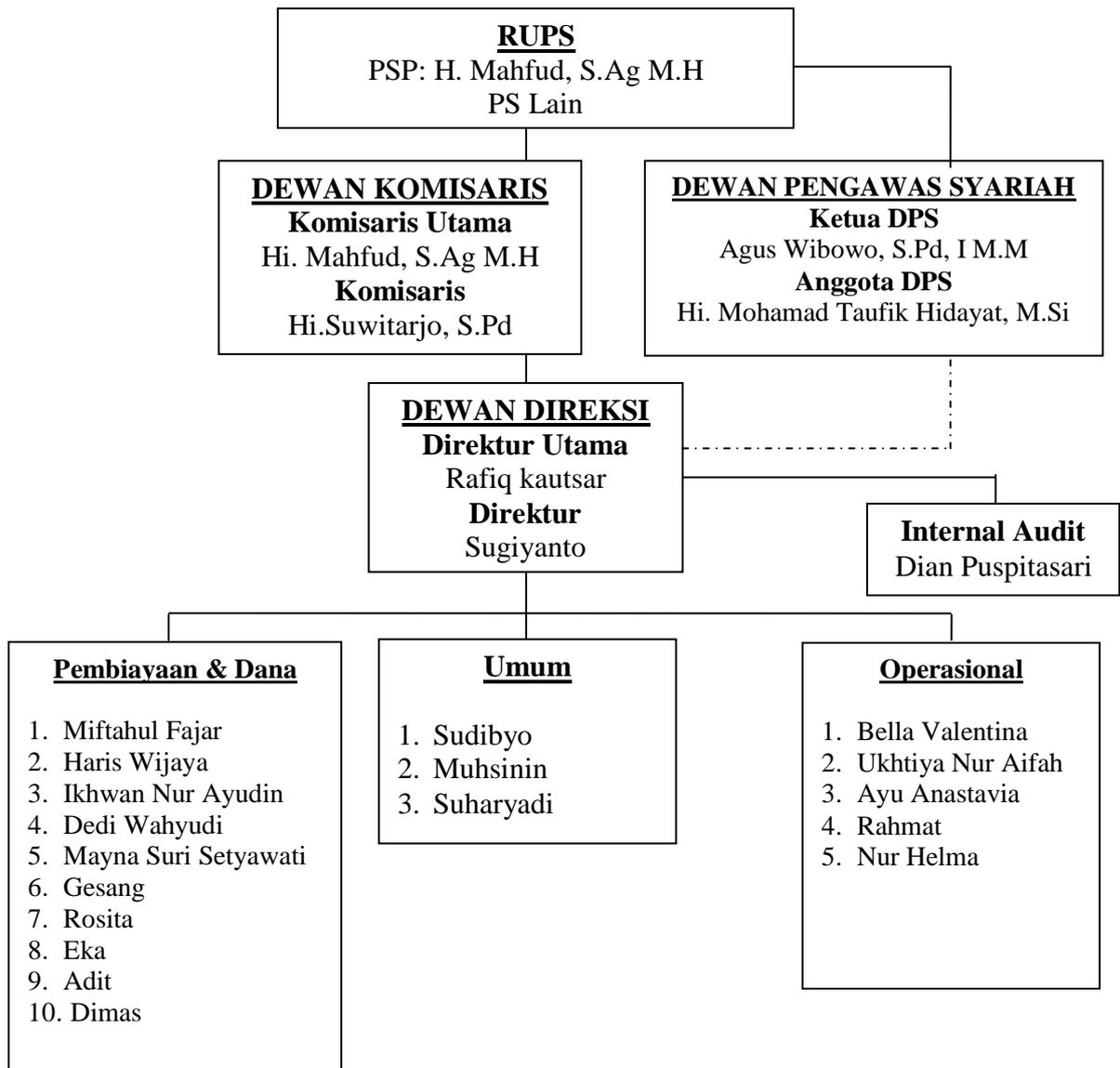
Tujuan Pendirian PT. BPRS Aman Syariah Lampung yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di wilayah Lampung Timur dan sekitarnya melalui:

- a. Pemberian pelayanan jasa perbankan bagi pengusaha kecil di pedesaan yang mudah, aman, Islami dengan prinsip bank yang sehat dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- b. Membuka dan memperluas lapangan dan kesempatan kerja bagi masyarakat.
- c. Berpartisipasi dalam upaya memberantas para pelepas uang (rentenir).
- d. Terciptanya ukhuwah Islamiyah yang semakin berkualitas baik antara nasabah dengan BPR Syariah sebagai pelaksana amaliah, maupun di antara nasabah BPR Syariah.
- e. Mendidik masyarakat untuk selalu memikirkan masa depan dan tidak hanya menguntungkan kepada nasib, namun lebih menekankan kepada usaha.

## **3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**

Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syari'ah**  
**Sekampung Lampung Timur**



Bagan struktur organisasi PT. BPRS Aman Syariah di atas dapat diketahui bahwa struktur organisasi tertinggi PT. BPRS Aman Syariah adalah Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang membawahi Dewan Komisaris H. Mahfud, S.Ag M.H dan H. Suwitarjo, S.Pd. Dewan Direksi Tonny Utomo dan Sugiyanto (penulis) dan Dewan

Pengawas Syariah (DPS) H. Agus Wibowo, S.Pd.I, M.M dan H. Mohamad Taufik Hidayat, M.Si. Dalam pengelolaannya Dewan Direksi membawahi Bagian Operasional, Bagian Umum dan SDM serta Bagian Marketing Penyaluran dan Pendanaan, selain itu membawahi Internal Audit.

#### **4. Produk-Produk PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**

Aspek ini merupakan jenis-jenis produk yang akan diperkenalkan kepada masyarakat pengguna jasa PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur.

##### **a. Produk Pendanaan**

Produk ini menyangkut berbagai pelayanan untuk menarik dana masyarakat yang meliputi:

##### **1) Tabungan Khusus *Wadiah* (TAKWA)**

Tabungan ini pada hakekatnya merupakan dana masyarakat, tabungan dengan sistem *wadiah* ini dapat menampung berbagai aspek kepentingan Baitul Maal dan yang bersifat amanah lainnya, seperti:

- a) Zakat
- b) Infaq
- c) Shadaqah
- d) SPP
- e) Uang Infaq Bangunan
- f) Amanah lainnya

## 2) Tabungan *Mudharabah* (TAMBAH)

Tabungan *mudharabah* merupakan produk yang ditawarkan kepada masyarakat dengan sistem bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati oleh bank dan nasabah. Produk-produk tabungan dengan prinsip *mudharabah* pada PT. BPRS Aman Syariah Sekampung adalah:

- a) Tabungan Haji Mabrur (TAJIMABRUR)
- b) Tabungan Qurban Aman Syariah (TAQURBANAS)
- c) Tabungan Pendidikan Aman Syariah (TAPENAS)
- d) Tabungan Masa Tua (TAMATU)
- e) Tabungan Anak Sejahtera (TABANAS)
- f) Tabungan Makbullah Umroh (TAMU)
- g) Tabungan Wisata (TAWA)
- h) Tabungan Keluarga Samara (TAKASMARA)
- i) Tabungan Idul Fitri (TIFI)

Jumlah nasabah produk *mudharabah* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung pada tahun 2019 yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Nasabah Produk *Mudharabah***  
**di Bank Aman Syariah Sekampung Tahun 2019**

No	Nama Produk	Jumlah Nasabah
1	Tabungan Idul Fitri	1.955
2	Tabungan Pendidikan Aman Syariah	35
3	Tabungan Qurban Aman Syariah	6
4	Tabungan Haji Mabrur	5
5	Tabungan Keluarga Samara	1

Sumber: Data Operasional PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur

### 3) Deposito *Mudharabah*

Deposito berjangkan ini diperuntukkan bagi penyimpanan perorangan, perusahaan badan amal, organisasi sosial, koperasi dan segala lapisan masyarakat.

Tabungan dan deposito nasabah akan disalurkan secara produktif dengan berdasarkan prinsip syariah serta bermanfaat yaitu:

- a) Aman dan terjamin
- b) Mengikuti program penjaminan Pemerintah
- c) Bagi hasil yang kompetitif atau bonus yang menarik, diberikan setiap bulan secara otomatis masuk ke rekening tabungan nasabah
- d) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan
- e) Membantu perencanaan dan program keuangan dan investasi nasabah
- f) Berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi daerah khusus usaha kecil

Tabungan deposito PT. BPRS Aman Syariah terbagi menjadi 3 produk, yaitu:

- a) Deposito 3 bulan
- b) Deposito 6 bulan
- c) Deposito 12 bulan.

#### b. Produk Penempatan dana Masyarakat (Pembiayaan)

Produk penyaluran dana masyarakat adalah merupakan kualitas aktiva sangat ditentukan oleh ketepatan dan efektifnya penempatan

dana tersebut. Oleh karena itu penyaluran dana masyarakat yang akan dikelola PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur yaitu sebagai berikut:

- 1) Pembiayaan dengan transaksi jual beli berdasarkan prinsip:
  - a) *Murabahah*
  - b) *Istishna*
  - c) *Salam*
  - d) *Ijarah*
  - e) Multi Jasa
  - f) Jual beli lainnya
- 2) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip:
  - a) *Mudharabah*
  - b) *Musyarakah*
- 3) Pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip:
  - a) *Rahn*
  - b) *Qardh*
  - c) *Qardhul Hasan*
  - d) Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur sepanjang disetujui oleh Dewan Pengawas Syariah.

Adapun bentuk-bentuk produksi pembiayaan yang dipasarkan, dalam pemasaran/penyaluran dana oleh PT. BPRS Aman Syariah Sekampung dilakukan melalui produk-produk sebagai berikut. Penyaluran pada garis besarnya terdiri dari 3 (tiga) kelompok yaitu:

- 1) Pemberian pembiayaan kepada pengusaha kecil dan atau masyarakat pedesaan.
- 2) Penempatan pada surat-surat berharga (Deposito berjangka) sertifikat Deposito/SBI.
- 3) Penempatan dana pada Bank lain (Deposito, Tabungan dan atau Giro).

Khusus untuk kelompok-kelompok pemberian pembiayaan kepada pengusaha kecil dan atau masyarakat pedesaan, dipasarkan melalui beberapa produk di antaranya:

a. Pembiayaan Bagi Hasil (*Mudharabah, Musyarakah*)

- 1) Pembiayaan untuk pengusaha kecil di pedesaan, tujuan pembiayaan adalah untuk membiayai seluruh usaha yang akan dibiayai (perdagangan/jasa) dan *mudharib* setuju membagi keuntungan dengan proporsi bagi hasil yang disetujui bersama.
- 2) Pembiayaan akan diberikan dalam bentuk tunai.
- 3) PT. BPRS Aman Syariah Sekampung tidak berperan serta dalam manajemen proyek kecuali dalam pengawasan penggunaan dana pembiayaan dan memberikan saran-saran untuk kemajuan usaha.
- 4) Pembagian keuntungan berdasarkan presentase dan tertulis dalam surat perjanjian yang legal.
- 5) Jika terjadi kerugian yang diakibatkan oleh *mudharib*, maka pembiayaan *mudharabah* seluruhnya dibebankan *mudharib*, apabila kerugian tersebut akibat di luar batas kemampuan *mudharib* maka akan dipertimbangkan PT. BPRS Aman Syariah

Lampung Timur, sedangkan pembiayaan musyarakah kerugiannya dibebankan kepada nasabah sebesar modal yang disetor oleh Bank.

- 6) Jenis pembiayaan untuk kebutuhan, pembiayaan modal kerja, dan pembiayaan modal usaha.
- 7) Jenis pembiayaan untuk kebutuhan, pembiayaan modal kerja, dan pembiayaan modal usaha.
- 8) Kriteria penentuan bagi hasil
- 9) Analisa Pembiayaan

Dalam pemberian pembiayaan akan diterapkan prinsip kehati-hatian (*prudential banking*) dan dengan prinsip pembiayaan yang sehat.

b. Pembiayaan Pemilikan Barang/Jual Beli (*Murabahah*)

Dalam pembiayaan jenis ini PT. BPRS Aman Syariah Sekampung membeli barang yang dibutuhkan nasabah dan kemudian menjualnya dengan harga pokok pembelian ditambah keuntungan harga (harga jual) kepada nasabah tersebut sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

c. Pembiayaan *Qardh*

Penyaluran dana pada PT. BPRS Aman Syariah yang berupa Pembiayaan *Qardh* mempunyai ketentuan, sebagai berikut:

- 1) Adalah pinjaman dari Bank (*Muqridh*) kepada pihak tertentu (*Muqtaridh*) untuk tujuan sosial yang wajib dikembalikan dengan jumlah sesuai pinjaman. *Muqridh* dapat meminta jaminan atas

pinjaman kepada *Muqtaridh*. Pengembalian pinjaman dilakukan secara angsuran ataupun sekaligus.

- 2) Pembiayaan yang diberikan untuk jangka waktu tertentu dengan syarat peminjam (*Muqtaridh*) akan membayar kembali sejumlah pinjaman itu sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur atau Badan Pengawas Syariah.
- 3) Bank (*Muqridh*) tidak diwajibkan meminta jasa atas uang yang dipinjamkan, tetapi *Muqtaridh* disunatkan untuk mengembangkan/memberi jasa tanda terimakasih/biaya administrasi/*processing* pinjaman karena telah dapat melepaskan pinjaman dari masalah ekonomi (terlilit *rentenir*).
- 4) Dana pinjaman disesuaikan dengan sumbernya (*non cost of fund*) seperti: Zakat, Infaq, Simpanan Aman, dll. Oleh suatu *committee* dari Badan Pengawas Syariah.

d. Pembiayaan Multijasa

Pada pembiayaan jenis ini PT. BPRS Aman Syariah Sekampung sebagai penyedia dana untuk kebutuhan nasabah dalam hal yang bersifat multiguna seperti biaya pendidikan, biaya pengobatan, biaya pesta pernikahan/sunatan dan lain-lain dimana bank meminta *ujroh/fee* terhadap dana yang diberikan oleh bank.

Ketentuan:

- 1) PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur akan membiayai nasabah untuk tujuan kepemilikan, dimana nasabah akan

membayar dalam jangka waktu tertentu atau dengan cara mengangsur.

- 2) Jumlah pembayaran atau pengembalian pembiayaan yang harus dibayar nasabah lebih tinggi, dari nilai pembiayaan untuk keperluan nasabah termasuk pokok ditambah *ujroh* bank untuk jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan bersama.
- 3) Adanya perjanjian pembiayaan yang legal menyangkut harga pokok, *ujroh/fee*, jangka waktu, besarnya angsuran.<sup>3</sup>

## **B. Strategi Pemasaran Produk *Mudharabah* Di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**

### **1. Strategi pemasaran produk *mudharabah* yang diterapkan pada PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**

Menurut Bapak Sugianto selaku direktur dari hasil wawancara saya dalam strategi pemasaran produk *mudharabah*, *marketing* BPRS Aman Syariah Sekampung melaksanakan beberapa strategi pemasaran antara lain:

- a. Meningkatkan kualitas dan kompetensi dari pada pegawai.

Bertujuan agar pegawai yang ada di bank memiliki kualitas dan kompetensi yang sangat baik untuk memasarkan sebuah produk yang ada di bank, dan agar dapat memasarkan produk bank yang ada kepada nasabah dengan baik dan dapat dimengerti oleh nasabah.

---

<sup>3</sup> Dokumentasi, PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, Lampung Timur, pada tanggal 14 Februari 2019

b. Media Massa

Pemasaran melalui media massa dengan memasarkan lewat radio, Koran dengan memasang berita positif perusahaan, laporan keuangan dan memperkenalkan produk yang ada dibank. Agar memudahkan nasabah untuk mengetahui perkembangan bank, dengan ini bisa menarik minat nasabah dimanapun berada. Promosi media massa ini merupakan komponen dari bauran promosi periklanan.

c. Penyebaran brosur

Dalam penyebaran brosur kepada calon nasabah yang ada. dapat memudahkan calon nasabah dalam mengetahui dan memahami produk-produk yang ada dibank yang sudah ada di brosur, pembagian brosur ini supaya calon nasabah tertarik akan produk-produk yang ditawarkan.

d. Edukasi

Melakukan edukasi kepada masyarakat atau calon nasabah bertujuan untuk memperkenalkan dan menjelaskan tentang produk-produk yang ada dibank syariah. biasanya edukasi ini dilakukan di tempat-tempat yang dimana di dalamnya sedang mengadakan acara pengajian, acara seperti ibu-ibu PKK dan lain sebagainya. Nah disitu lah tempat sasaran bank dalam melaksanakan edukasi terhadap masyarakat untuk memperkenalkan dan menjelaskan produk-produk yang ada di bank aman syariah ini.

## 2. Produk *Mudharabah* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

Bank Aman Syariah Sekampung menawarkan berbagai macam produk yang dapat disesuaikan dengan berbagai macam kebutuhan nasabah. produk *mudharabah* salah satunya yang ditawarkan untuk bisa menabung di bank aman syariah, bank aman syariah juga memberikan daya tarik tersendiri dengan memberikan layanan yang sesuai untuk nasabah-nasabahnya. untuk menggunakan produk *mudharabah* ini harus membuat buku rekening jika ada nasabah baru yang ingin membuka rekening tabungan maka disini Bank Aman Syariah Sekampung telah menetapkan harga berdasarkan ketentuan saldo di awal diberi batasan minimum yaitu dengan Rp. 25.000, 00 untuk saldo diawal dengan membawa fotocopy KK dan KTP untuk membuka buku rekening.

## 3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

Berdasarkan bauran pemasaran(*marketing mix*) 4P yang diterapkan oleh PT. BPRS Aman Syariah Sekampung yaitu:

### a. Produk (*product*)

Produk merupakan barang dan jasa yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan bermanfaat kepada para konsumen. adapun produk yang dihasilkan oleh PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur adalah berupa produk jasa. Salah satu produk jasanya adalah produk *mudharabah* yang didasarkan oleh prinsip syariah. agar produk *mudharabah* yang ditawarkan dapat menarik calon nasabah maka PT.BPRS Aman Syariah Sekampung

harus memberikan mutu dan kelebihan dari produk mudharabah tersebut. Sehingga tujuan strategi pemasaran produk mudharabah dapat terwujud yaitu dapat mencapai sasaran pasar yang dituju. Selain itu produk yang ada di PT.BPRS Aman Syariah Sekampung juga harus berbeda dengan produk Bank dan produk BPRS lainnya serta produk yang dihasilkan harus memiliki kelebihan tersendiri yang akan menarik para calon nasabah dan mulai bergabung dengan Pt.BPRS Aman Syariah Sekampung.

Mutu dan kelebihan dari produk mudharabah ini antara lain yaitu:

- 1) Dapat dibuka perorangan.
- 2) Keuntungan diberikan dalam bentuk bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati.
- 3) Siap melayani sistem jemput bola .

b. Harga (*price*)

Penetapan harga yang diterapkan oleh PT.BPRS Aman Syariah Sekampung adalah sesuai dengan sistem pembagian berdasarkan prinsip syariah dan dinyatakan dalam nisbah yang disepakati oleh kedua belah pihak antara nasabah dengan PT.BPRS Aman Syariah Sekampung. nisbah-nisbah yang ada sebagai berikut:

- 1) Tabungan Haji Mabrur akad yang digunakan adalah akad mudharabah ( Bagi hasil 33% nasabah / 67% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)

- 2) Tabungan Qurban Aman Syariah akad yang digunakan adalah akad mudharabah ( Bagi hasil 28% nasabah / 72% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)
- 3) Tabungan Pendidikan Aman Syariah akad yang digunakan adalah akad mudharabah ( Bagi hasil 27% nasabah / 73% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)
- 4) Tabungan Masa Tua akad yang digunakan adalah akad mudharabah ( Bagi hasil 31% nasabah / 69% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)
- 5) Tabungan Anak Sejahtera akad yang digunakan adalah akad mudharabah ( Bagi hasil 29% nasabah / 71% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)
- 6) Tabungan Makbullah Umroh akad yang digunakan adalah akad mudharabah ( Bagi hasil 32% nasabah / 68% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)
- 7) Tabungan Wisata akad yang digunakan adalah akad mudharabah ( Bagi hasil 25% nasabah / 75% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)
- 8) Tabungan Keluarga Samara akad yang digunakan adalah akad mudharabah ( Bagi hasil 30% nasabah / 70% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)

- 9) Tabungan Idul Fitri akad yang digunakan adalah akad mudharabah ( Bagi hasil 26% nasabah / 74% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)
- 10) Tabungan deposito PT.BPRS Aman Syariah terbagi menjadi 3 produk, yaitu:
  - a) Deposito 3 bulan : ( Bagi hasil 40% nasabah / 60% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)
  - b) Deposito 6 bulan : ( Bagi hasil 50% nasabah / 50% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)
  - c) Deposito 12 bulan : ( Bagi hasil 60% nasabah / 40% PT.BPRS Aman Syariah Sekampung)

c. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. seberapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengar dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka tidak konsumen tidak akan pernah membelinya. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur dalam memasarkan produk jasanya adalah dengan melakukan beberapa cara antara lain yaitu:

1) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Kegiatan penjualan pribadi (*personal selling*) yang dilakukan oleh PT.BPRS Aman Syariah Sekampung adalah untuk

melakukan suatu pendekatan langsung dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang produk dan layanan yang ada di PT.BPRS Aman Syariah.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh PT.BPRS Aman Syariah Sekampung melalui penjualan pribadi (*personal selling*) antara lain: sosialisasi kemasyarakatan, memberikan Edukasi kepada masyarakat yang dimana didalam nya sedang mengadakan acara pengajian ataupun acara ibu-ibu PKK dan lain sebagainya dan informasi dari mulut ke mulut.

## 2) Periklanan (*advertising*)

PT.BPRS Aman Syariah Sekampung dalam melakukan periklanan atau promosi produk mudharabah hanya dengan menggunakan media cetak antara lain: membagikan brosur kepada masyarakat atau calon nasabah, menyiarkan iklan melalui radio, memasang spanduk di pinggir jalan Lampung Timur, serta memperluas jaringan kerjasama.

## 3) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan (*sales promotion*) yang dilakukan PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur adalah dengan memberikan pelayaran sistem jempot bola, memberikan kalender, dan meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat.

Dari ketiga bentuk media kegiatan promosi yang dilakukan PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur diatas,

media promosi yang paling sering digunakan adalah menggunakan media penjualan pribadi (*personal selling*), selain itu dengan menggunakan media penjualan pribadi (*personal selling*) juga memberikan manfaat yang positif yaitu dapat memberikan penjelasan secara langsung kepada masyarakat atau calon nasabah serta dapat memperhatikan reaksi dari masyarakat atau calon nasabah dan dapat menyelesaikan pembicaraan kepada situasinya serta pegawai dapat mempererat tali silaturahmi dengan para masyarakat atau calon nasabah.

d. Tempat (*place*)

Tempat yang dituju sebagai sasaran pemasaran oleh Bank Aman Syariah Sekampung sangat strategi yaitu pasar sekampung lampung timur, yang lokasinya hanya berjarak 500 meter dari lokasi Bank Aman Syariah sehingga ini mempermudah pihak marketing di dalam menjalankan kegiatan rutinitasnya berkeliling pasar mempromosikan produk *mudharabah* dan lainnya sehingga tidak perlu khawatir dengan jarak yang harus ditempuh, karna untuk saat ini lokasi yang dijadikan sasaran utama oleh BPRS Aman Syariah Sekampung tujuannya agar produk-produk tabungan yang ada di PT. BPRS Aman syariah sekampung semakin dikenal oleh masyarakat luas khususnya Lampung Timur melalui Pasar Sekampung.

#### **4. Kekurangan dan Kelebihan dalam Melaksanakan Strategi Pemasaran**

##### **a. Kekurangan**

- 1) Orang tidak begitu paham dan jelas hanya dengan membaca brosur saja, seharusnya dapat informasi langsung atau bertanya langsung sehingga masyarakat dapat benar-bener paham dalam memilih produk yang ada.
- 2) Keterbatasan di dalam sumber daya manusia (SDM) yang kurang karna saat ini yang seharusnya marketing tugasnya promosi dan menambah nasabah-nasabah baru. Tapi yang terjadi adalah marketing waktunya habis untuk menjemput dana dimasyarakat atau nasabah karna jika tidak menjemput dana nya masyarakat tidak menabung jadi waktunya marketing habis untuk menjemput dana dan promosinya pun jadi terbengkalai.

##### **b. Kelebihan**

- 1) Marketing yang menjemput dana nasabah bisa secara langsung berinteraksi dengan nasabah sehingga marketing bisa menjelaskan produk-produk yang ada dan tentunya ini juga bisa menjadi media untuk promosi luas mungkin dari rekan nasabah seperti dari mulut ke kemulut antar masyarakat jadi masyarakat yang lain juga bisa ketarik untuk memilih produk yang ada di bank ini, bank bisa memanfaatkan nasabah yang aktif dan berpotensi untuk bisa merekrut atau merekomendasikan nasabah-nasabah baru untuk menabung di bank ini.

2) Marketing di bank aman syariah ini dalam mempromosikan produk-produk lainnya kepada nasabah dengan cara ketika marketing sedang menjemput dana ke nasabah-nasabah di pasar misalnya, marketing langsung menawarkan produk-produk yang ada di bank. Setiap marketing yang menjemput dana di nasabah disitu pula marketing menyisipkan sedikit waktu untuk mempromosikan produk-produk lainnya.<sup>4</sup>

### **C. Analisis Strategi Pemasaran Produk *Mudharabah* Di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.**

Bank aman syariah melakukan strategi pemasaran dengan mengimplementasikan analisis strategi pemasaran menggunakan 4P seperti *Product, Price, Promotion, Place*. yang dimana didalam promosinya itu juga menggunakan Periklanan seperti membagikan brosur kepada masyarakat atau calon nasabah, menyiarkan iklan melalui radio, memasang spanduk di pinggir jalan Lampung Timur, penjualan pribadi dengan memberikan edukasi atau pengetahuan tentang produk-produk yang ada di bank aman syariah, promosi penjualan dalam strategi ini pula memberikan pelayaran sistem jemput bola dan memberikan kalender kepada nasabah. dan juga butuh waktu sedikit lama untuk menyakinkan masyarakat atau calon nasabah itu tidak mudah jadi sebagai pegawai yang memasarkan produk-produk yang ada ya harus memiliki kesabaran yang besar, demi menyakinkan para masyarakat atau calon nasabah.

---

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sugiyanto, selaku Direktur BPRS Aman Syariah Sekampung, tanggal 10 April 2019

Hanya ada beberapa produk *mudharabah* yang memiliki nasabah yaitu hanya Tabungan Haji Makbrur, Tabungan Qurban Aman Syariah, Tabungan Pendidikan Aman Syariah, Tabungan Keluarga Samara, dan Tabungan Idul Fitri. dimana produk *mudharabah* yang banyak menabung dan memiliki nasabah banyak adalah Tabungan Idul Fitri dan Tabungan Pendidikan Aman Syariah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak sugianto selaku direktur Bank Aman Syariah Sekampung, bahwa dalam melaksanakan strategi pemasaran sedikit mengalami sedikit hambatan seperti kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) pemasaran yang kompeten, kurangnya pemahaman konsumen mengenal sistem dan produk-produk perbankan syariah.

Namun saat ini PT. BPRS Aman Syariah Sekampung mengatasi kekurang-kekurangan tersebut di atas meminimalisirkan dengan cara meningkatkan kualitas dan kopetensi dari para pegawai. Dan juga harus banyak melakukan edukasi kepada masyarakat-masyarakat yang belum sepenuhnya memahami produk-produk perbankan syariah.

Karna tidak dipungkiri juga produk dari bank lain menjadi salah satu pesaing produk-produk yang ada di bank aman syariah, namun bank aman syariah selalu memberikan pelayanan yang sangat baik dan nyaman untuk para nasabah-nasabah nya bank aman juga selalu memberikan kalender untuh tahun baru kepada nasabah nya, itu juga yang bisa membuat daya tarik untuk menarik calon nasabah baru.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di paparkan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur bahwa strategi pemasaran produk mudharabah dengan menggunakan strategi bauran pemarkasan 4P yaitu: *Product, Price, Promotion, Place*.

Strategi yang telah digunakan adalah media massa, penyebaran brosur, edukasi, pemberian kalender untuk para nasabah, dan berinteraksi langsung oleh para nasabah-nasabah ataupun calon nasabah baru. itu lah yang bisa menarik calon nasabah baru untuk menggunakan produk-produk yang telah ditawarkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung.

Adapun produk-produk yang telah ditawarkan oleh PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Tabungan *Mudharabah (TAMBAH)*, Tabungan Haji Makbrur (*TAJIMABRURU*), Tabungan Qurban Aman Syariah (*TAQURBANAS*), Tabungan Pendidikan Aman Syariah (*TAPENAS*), Tabungan Masa Tua (*TAMATU*), Tabungan Anak Sejahtera (*TABANAS*), Tabungan Makbullah Umroh (*TAMU*), Tabungan Wisata (*TAWA*), Tabungan Keluarga Samara (*TAKASMARA*), Tabungan Idul Fitri (*TIFI*)", Deposito. Sehingga tujuan strategi pemasaran produk mudharabah dapat terwujud yaitu dapat mencapai sasaran pasar yang dituju. Selain itu produk yang ada di PT.BPRS Aman Syariah Sekampung juga harus berbeda dengan produk Bank

dan produk BPRS lainnya serta produk yang dihasilkan harus memiliki kelebihan tersendiri yang akan menarik para calon nasabah dan mulai bergabung dengan Pt.BPRS Aman Syariah Sekampung. Mutu dan kelebihan dari produk mudharabah ini antara lain yaitu: Dapat dibuka perorangan, Keuntungan diberikan dalam bentuk bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati, dan siap melayani sistem jemput bola.

## **B. Saran**

Adapun saran peneliti untuk PT. BPRS Aman Syariah Sekampung diharapkan untuk meningkatkan kinerja dan membuat strategi-strategi baru lagi agar nasabah lebih memahami produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung, terutama pada produk *mudharabah*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pres, 2014.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2005.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2006.
- Hendro. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga, 2011
- Ikatan Bankir Indonesia. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta. Rajawali Pres, 2010.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga, 2003.
- Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2013.
- Mulyana, Dedy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Mustofa, Imam. *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jogjakarta: Ekonisia, 2013.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2010.

------. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif. Kualitatif. Dan R&D*. Bandung. Alfabeta, 2013.

Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

Sutrisno Hadi. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1984.

Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tensis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press, 2000.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-1386/In.28.3/PP.00.9/05/2019  
Lampiran :-  
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

28 Mei 2019

Kepada Yth:  
Drs. H. Saleh, M.A  
di - Metro

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Laras Wati  
NPM : 1602080017  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)  
Judul : Strategi Pemasaran Produk Mudharabah Di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
  - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi prop'osal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b. Isi ± 3/6 bagian.
  - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



**ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)  
STRATEGI PEMASARAN PRODUK MUDHARABAH DI PT. BPRS  
AMAN SYARIAH SEKAMPUNG**

**A. Wawancara di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**

1. Bagaimana sejarah berdirinya PT. BPRS Aman Syariah Sekampung?
2. Apa saja visi dan misi yang ada di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung?
3. Apa saja produk-produk yang ada di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung?
4. Strategi apa saja yang digunakan PT.BPRS Aman Syariah Sekampung dalam memasarkan produk mudharabah ?
5. Bagaimana PT.BPRS Aman Syariah Sekampung dalam mengatasi nasabah yang kurang memahami produk yang ada di bank syariah?
6. Apa saja kekurangan dan kelebihan dalam melaksanakan strategi pemasaran produk mudharabah?
7. Bagaimana prosedur dalam membuat buku rekening tabungan produk mudharabah?
8. Berapakah setoran awal dalam membuka rekening di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung?
9. Bauran pemasaran apa saja yang digunakan di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung?

## **B. Dokumentasi**

1. Profil PT. BPRS Aman Syariah Sekampung
2. Struktur organisasi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung
3. Brosur-brosur tentang produk PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

Mengetahui  
Pembimbing Tugas Akhir



**Drs. H. M. Saleh, M.A**  
NIP. 19650111 199303 1 001

Metro, November 2019

Mahasiswa Ybs.



**Laras Wati**  
NPM. 1602080017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Laras Wati  
NPM : 1602080017

Fakultas / Jurusan: FEBI / D3 PBS  
Semester / TA : VII / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓ Perkecil struktur organisasi & h. 35.	
	Rabu 30/12/ 2019	✓ Lengkapi dan perbaiki semua Survei.	
	Kamis 14/01/ 2020	✓ Ace untuk & uji coba / & munas ybs.	

Dosen Pembimbing

Drs. H. M. Saleh, M.A.  
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs.

Laras Wati  
NPM. 1602080017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.syanah.metrouniv.ac.id](http://www.syanah.metrouniv.ac.id); E-mail: [syariah.iain@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iain@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Laras Wati  
NPM : 1602080017

Fakultas / Jurusan: FEBI / D3 PBS  
Semester / TA : VII / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓ Perbaiki penulisan / Pangattkan kata-kata yg salah.	
		✓ Perbaiki redaksi / kalimat yg tidak jelas sesuai petunjuk.	
		✓ Perbaiki sumber data primer, susunlah dg petunjuk.	
		✓ Perbaiki Metode wawancara, susunlah dg petunjuk.	
		✓ Perbaiki sumber sekunder (transkrip) pada h. 25.	
		✓ Perbaiki cara penulisan footnote Retail wawancara.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Drs. H. M. Saleh, M.A.  
NIP. 19650111 199303 1 001

Laras Wati  
NPM. 1602080017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-897/In.28/S/OT.01/11/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : LARAS WATI

NPM : 1602080017

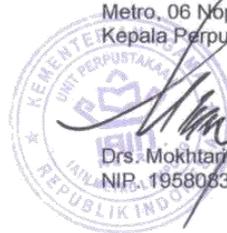
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1602080017.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 06 Nopember 2019  
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtardi Sudin, M.Pd.  
NIP. 195806311981031001

## FOTO-FOTO PENELITIAN



## RIWAYAT HIDUP



Laras Wati dilahirkan di Jakarta pada tanggal 18 Juni 1997, merupakan anak keempat dari 5 bersaudara, pasangan Bapak Achmad Gunadi dan Ibu Sumiyati.

Pendidikan dasar peneliti tempuh di SD Negeri 6 Metro Pusat, selesai pada tahun 2010, kemudian melanjutkan di SMPN 6 Metro Utara, selesai pada tahun 2013, sedangkan sekolah Menengah Atas peneliti lanjutkan di SMA Negeri 2 Metro, selesai pada tahun 2016. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan pada Prodi D3 Perbankan Syariah, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2016/2017, yang kemudian pada Tahun 2017 STAIN Jurai Siwo Metro beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.