

SKRIPSI

**STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG DALAM
MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TENTANG
PRODUK PEMBIAYAAN *MUDHARABAH***

Oleh :

**YAYUK ISNAINI
NPM. 1903020066**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M**

**STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG DALAM
MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TENTANG
PRODUK PEMBIAYAAN *MUDHARABAH***

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

Yayuk Isnaini
NPM. 1903020066

Pembimbing : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan Permohonan untuk Di Munaqosyahkan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di-
Tempat

Asssalamu'alaikum Wr.Wb

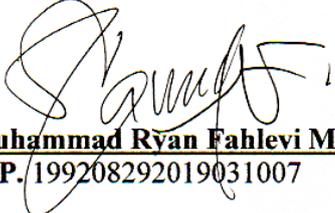
Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi yang telah disusun oleh:

Nama : YAYUK ISNAINI
Nmp : 1903020066
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul skripsi : STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT
TENTANG PRODUK PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Binis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 31 Juli 2023
Dosen Pembimbing


Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP. 199208292019031007

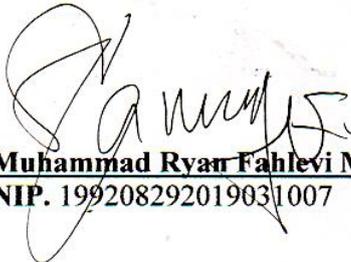
HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT
TENTANG PRODUK PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*
Nama : YAYUK ISNAINI
NMP : 1903020066
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama
Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 31 Juli 2023
Dosen Pembimbing


Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP. 199208292019031007

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-1821/In-28.3/D/PP.00.9/06/2024

Skripsi dengan Judul: STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TENTANG PRODUK PEMBIAYAAN MUDHARABAH, disusun oleh: Yayuk Isnaini NPM: 1903020066, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu, 21 Februari 2024.

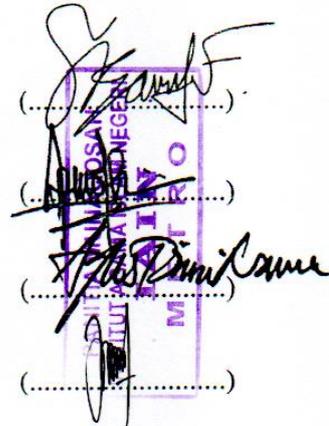
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Penguji I : Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH

Penguji II : Agus Trioni Nawa, M.Pd

Sekretaris : Dian Oktarina, M.M



(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat. Jalil, M.Hum

NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TENTANG PRODUK PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*

Oleh:

YAYUK ISNAINI
NMP. 1903020066

Strategi adalah wujud rencana dalam bidang pemasaran yang ditetapkan dan dijalankan guna mencapai tujuan. Minat merupakan dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya dalam hal pembiayaan *mudharabah* dimana pembiayaan yang dilakukan oleh pihak pemilik dana atau pemodal kepada pihak pengguna dan untuk melakukan suatu usaha. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan di Bank Aman Syariah Sekampung. Tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Setelah data-data terkumpul maka peneliti menganalisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah* secara keseluruhan sudah baik, dengan menerapkan strategi marketing mix/bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu: produk (*product*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*). Dalam meningkatkan minat masyarakat Bank Aman Syariah Sekampung menggunakan beberapa strategi promosi dengan cara sosialisasi, edukasi, bimbingan, dan doorprize/hadiah. Agar strategi Bank Aman Syariah Sekampung dapat berjalan dengan lancar dan efisien maka pihak Bank Aman Syariah Sekampung terus mengoptimalkan strategi promosi pada masyarakat baik menggunakan media website, brosur, dan door to door.

Kata Kunci: *Strategi, Minat, Pembiayaan Mudharabah*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : YAYUK ISNAINI
Npm : 1903020066
Jurusan : S1 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, 31 Juli 2023
Yang menyatakan



Yayuk Isnaini
NPM. 1903020066

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”, (QS. Al-Baqarah:278-279)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabaran untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan tugas akhir ini kepada:

1. Kedua Orang Tua Tercinta Bapak Suyamto dan Ibu Muntarom yang sangat peneliti sayangi, yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang begitu luar biasa serta dukungan dalam keberhasilan menyelesaikan study di IAIN Metro.
2. Abang Sertu Aprianto, dan Adik perempuan Yeni Melinda yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Dosen Pembimbing Skripsi saya Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi ini dengan penuh rasa sabar.
4. Teman-teman terbaik saya yang selalu menyemangati dan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Serta Almamater peneliti Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung yang selalu peneliti banggakan.

Terimakasih peneliti ucapkan atas keikhlasan dan ketulusan dalam memberikan dukungan dan semangat, terimakasih untuk pengorbanan kalian semua. Semoga kita termasuk kedalam golongan orang-orang yang beruntung.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Strata 1 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag., PIA selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN METRO.
4. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahan guna terselesaikannya proposal ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) serta staff IAIN METRO.
6. Direktur dan segenap Anggota di Bank Aman Syariah Sekampung yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu perbankan syariah.

Metro, 31 Juli 2023
Peneliti



Yayuk Isnaini
NPM. 1903020066

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	12
1. Pengertian Strategi	12
2. Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	12
3. Tujuan Bauran Pemasaran	15
B. Minat.....	16
1. Pengertian Minat	16
2. Minat berwirausaha	17
3. Tujuan dan minat berwirausaha	20

C. Pembiayaan Mudharabah	22
1. Pengertian Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	22
2. Rukun Dan Syarat Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	23
3. Jenis-jenis Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	25
4. Dasar Hukum Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	29
B. Sumber Data.....	30
C. Teknik Pengumpulan Data.....	31
D. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Bank Aman Syariah Sekampung.....	35
1. Sejarah Singkat Bank Aman Syariah Sekampung	35
2. Visi dan Misi Bank Aman Syariah Sekampung.....	37
3. Struktur Organisasi Bank Aman Syariah Sekampung	38
4. Produk dan Jasa Bank Aman Syariah Sekampung	39
B. Strategi Bank Aman Syariah Sekampung Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	42
1. Sosialisasi.....	43
2. Edukasi.....	45
3. Bimbingan	49
4. Doorprize/hadiah.....	50
C. Analisis Strategi Bank Aman Syariah Sekampung Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	60
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1 Akun Media Sosial *Facebook* Bank Aman Syariah Sekampung . 47
2. Gambar 4.2 Akun Media Sosial *Instagram* Bank Aman Syariah Sekampung 48
3. Gambar 4.3 Akun Media Sosial *Website* Bank Aman Syariah Sekampung 48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Masyarakat Desa Sumbergede Dusun 06 kecamatan Sekampung Yang Mempunyai Usaha	5
------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Research
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Izin Prasurey
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto-foto Penelitian
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehadiran dan fungsi perbankan di Indonesia baik untuk masyarakat, industri besar, menengah atau bawah mempunyai peranan dan pengaruh yang sangat signifikan. Hal ini terjadi karena kebutuhan akan bank baik untuk penguatan modal atau penyimpanan uang oleh masyarakat sudah menjadi hal yang biasa. Dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat serta memberikan rasa aman, nyaman dalam transaksi perbankan, kehadiran Bank Syariah merupakan salah satu solusi untuk menambah kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan perbankan khususnya di Indonesia.¹

Menurut UU RI no. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Dari pengertian diatas, dapat dipahami bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dibidang keuangan dan segala aktivitasnya selalu berkaitan dengan keuangan. Adapun dalam menjalankan kegiatan usahanya, bank di Indonesia dibedakan menjadi dua yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip konvensional, dan berdasarkan prinsip syariah.²

¹ Tira Nur Fitria, “Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia”, Stie AAS Surakarta: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 01 No.2 (2015), 76.

² *Ibid.*, 77.

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.³

Produk pembiayaan *mudharabah* ini merupakan bentuk pembiayaan bagi hasil ketika Bank sebagai pemilik dana/modal, biasa disebut *shahibul maal*, menyediakan modal (100%) kepada pengusaha sebagai pengelola, biasa disebut *mudharib*. Untuk melakukan aktivitasnya produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad. Apabila terjadi kerugian karena proses normal dari usaha, bukan karena kelalaian atau kecurangan pengelola, kerugian di tanggung sepenuhnya oleh pemilik modal, sedangkan pengelola kehilangan tenaga dan keahlian yang telah dicurakkannya. Apabila terjadi kerugian karena kelalaian dan kecurangan pengelola, maka pengelola bertanggung jawab sepenuhnya. Pengelola tidak ikut menyertakan modal, tetapi menyertakan tenaga dan keahliannya, dan juga tidak meminta gaji atau upah dalam menjalankan usahanya. Pemilik dana hanya menyediakan modal dan tidak dibenarkan untuk ikut campur dalam manajemen usaha yang dibiayainya. Kesediaan pemilik dana untuk menanggung risiko apabila terjadi kerugian menjadi dasar untuk mendapat bagian dari keuntungan.⁴

³ Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syariah*, (Jakarta: Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia, 2005), 1

⁴ *Ibid.*, 21.

Ketika masyarakat ataupun pelaku usaha memiliki sebuah kemampuan (potensi), namun hal lain yang membuat terhambatnya membuka usaha dikarenakan kekurangan dalam hal permodalan, tentu saja masyarakat atau pelaku usaha tersebut membutuhkan pihak lain agar bisa membuka usaha sendiri dan dapat berjalan lancar. Pihak lain yang dimaksud oleh masyarakat ataupun pelaku usaha tersebut yaitu dengan mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

Bank Aman Syariah Sekampung merupakan lembaga keuangan yang bergerak dibidang keuangan dengan berdasarkan konsep syariah. Dalam sistem perbankan syariah, terdapat beberapa produk yang telah dioperasikan atau diaplikasikan dalam kehidupan sosial ekonomi, salah satunya yaitu pembiayaan *mudharabah*.

Masyarakat desa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung belum mengetahui adanya pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung. Dikarenakan pihak Bank Aman Syariah Sekampung belum melakukan sosialisasi di desa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung. Sehingga masyarakat belum memahami tentang produk-produk yang ditawarkan Bank Aman Syariah Sekampung terutama pada produk pembiayaan *mudharabah*. Dalam hal ini perlu adanya strategi guna menambah wawasan masyarakat agar lebih tertarik untuk menggunakan produk *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung.⁵

⁵ Wawancara dengan Ade Yudha Pratama, Selaku marketing Bank Aman Syariah Sekampung, Pada Tanggal 23 Februari 2023.

Hal lain terkait pembiayaan *mudharabah* peneliti bertanya dengan bapak Anton penjual ayam geprek didesa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung, pernah tahu atau tidak dengan pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung. Tanggapan beliau tidak tahu ada pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung yang saya tahu hanya bank syariah tidak ada bunganya saja tapi saya tidak mengetahui pembiayaan apa saja didalam Bank Syariah, kalau seperti bank konvensional ada pinjaman langsung untuk modal usaha tetapi di bank syariah saya belum pernah mendengar pembiayaan-pembiayaan untuk modal usaha dan saya pun baru tahu sekarang ada pembiayaan *mudharabah*.⁶

Kemudian pada kesempatan yang sama peneliti bertanya dengan ibu Mar masyarakat desa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung beliau menjawab karena kurangnya sosialisasi yang di lakukan Bank Aman Syariah Sekampung, sehingga saya tidak paham adanya produk pembiayaan *mudharabah* di bank tersebut, sehingga saya mengajukan pinjaman modal ke Bank BRI untuk membuka usaha warung sembako saya.⁷

Apabila ditinjau dari jumlah masyarakat di Desa Sumbergede Dusun 06 Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur. Jumlah kartu keluarga (KK) 140 dengan jenis kelamin perempuan 780 laki laki 675 yang ada di Desa Sumbergede Dusun 06 Kecamatan Sekampung, hal tersebut dapat dilihat dari responden yang diwawancara, 5 responden memiliki modal

⁶ Wawancara dengan Andi, Selaku Masyarakat Di Desa Sumbergede Dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 17 Maret 2023.

⁷ Wawancara dengan Riah, Selaku Masyarakat Di Desa Sumbergede Dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 17 Maret 2023.

pribadi untuk membuka usaha, 10 responden yang membuka usahanya dengan meminjam modal ke Bank BRI, dan 2 orang responden yang melakukan pembiayaan *mudharabah muthlaqah* seperti sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Masyarakat Desa Sumbergede Dusun 06 Kecamatan Sekampung
Yang Mempunyai Usaha

Modal Usaha	Jumlah Orang	Usaha
Modal Pribadi	5	Laundry, kelontongan, toko baju, foto kopi, mie ayam bakso
Bank BRI	10	Penjahit baju, toko elektronik, konter pulsa, kelontongan, pangkas rambut/salon , budidaya ikan kele, budidaya ikan lele, bengkel motor, kelontongan, ayam geprek
Bank Syariah	2	Bengkel motor dan toko baju

Sumber: data Masyarakat Umum Desa Sumbergede Dusun 06 Kec. Sekampung Kab. Lampung Timur

Menurut informasi dari bapak Sugiyanto. Sejak awal Bank Aman Syariah Sekampung ini peminatnya masih relative sedikit dikarenakan banyaknya persaingan dengan lembaga keuangan atau bank-bank lainnya, seperti Bank BRI, BMT Assafi'iyah, dan PT. Mega Central Finance. Bank Aman Syariah Sekampung dituntut agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Produk pembiayaan yang ditawarkan Bank Aman Syariah Sekampung yaitu pembiayaan bagi hasil, pembiayaan kepemilikan barang/jual beli dan pembiayaan multijasa. Yang menjadi keunggulannya yaitu secara konsep Bank Aman Syariah Sekampung memberikan layanan

bebas bunga kepada nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi.⁸

Menurut informasi dari bapak Ade Yudha Pratama selaku marketing. Dalam memberikan pemahaman masyarakat tentang pembiayaan *mudharabah* dengan cara sosialisasi, edukasi, bimbingan dan dorprize/hadiah, karena ke empat cara itu merupakan strategi yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung dalam memberikan penjelasan suatu produk. Bank Aman Syariah Sekampung menerapkan ke empat startegi ini dalam memberikan pemahaman tentang produk pembiayaan *mudharabah* dan produk-produk perbankan syariah lainnya kepada masyarakat. Kendala dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung yaitu kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal yang dialami adalah keterbatasan unit kantor dan juga kurangnya *customer service* yang ada di kantor merupakan penghubung dari keberhasilan pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh *marketing* dilapangan. Jika masih ada yang belum dimengerti atas penyampaian pemasaran produk dilapangan oleh *marketing* dari sini nasabah pun harus mengantri agar bisa mendapatkan informasi yang detail dari *customer service*. Untuk kendala eksternal bahwa kendala eksternal yaitu mengenai jangkauan nasabah untuk sampai ke lokasi Bank Aman Syariah Sekampung masyarakat yang tinggalnya jauh dari Bank Aman Syariah Sekampung jadi harus menempuh perjalanan yang cukup lama apalagi jika tempat tinggalnya di pelosok

⁸ Wawancara dengan Sugiyanto, Selaku direktur Bank Aman Syariah Sekampung, Pada Tanggal 16 Juni 2023.

memakan waktu yang berjam-jam. Dan banyak juga masyarakat yang susah memahami tentang pembiayaan *mudharabah*, karena bagi mereka kata-kata tersebut masih asing mereka dengar dikarenakan mereka dalam membuka usaha rata-rata menggunakan Bank BRI.⁹

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul **“STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TENTANG PRODUK PEMBIAYAAN MUDHARABAH”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dari penelitian ini yaitu, Bagaimana Strategi Bank Aman Syariah Sekampung Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah*.

⁹ Wawancara dengan Ade Yudha Pratama, Selaku marketing Bank Aman Syariah Sekampung, Pada Tanggal 23 Februari 2023.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yaitu untuk mengemukakan pernyataan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki nilai guna, baik kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis.

a. Secara Teoritis

Menambah ilmu pengetahuan berkaitan tentang Strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah*. Penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi dalam mengembangkan teori yang terkait dengan Strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah*, serta dapat digunakan sebagai tambahan referensi dimasa yang akan datang.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan pengetahuan serta bahan bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui Strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah*. Pihak-pihak yang dimaksud adalah :

1) Bagi Pihak Bank

Sebagai bahan kajian dan informasi mengenai strategi untuk meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*. Selain itu, untuk mengevaluasi kinerja kedepannya agar mencapai target yang lebih meningkat.

2) Bagi Pihak Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan sebagai sumber pengetahuan yang lebih luas tentang Bank Aman Syariah Sekampung.

D. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior Research*) tentang persoalan yang akan dikaji. Penelitian mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Untuk itu, tinjauan kritis terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam bagian ini. Sehingga dapat ditentukan dimana posisi penelitian yang akan dilakukan berbeda.¹⁰

1. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nasroh Nasution dengan judul “Analisis Strategi Marketing Bank Syariah Mandiri dalam Meningkatkan Pembiayaan BSM Implan Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Pematangsiantar”.¹¹ Penelitian ini fokus menjelaskan bahwa untuk menganalisis peningkatan pembiayaan BSM Implan pada Bank Syariah Mandiri KC Pematangsiantar menggunakan analisis SWOT guna mengetahui analisis internal (IFAS) untuk berbagai kemungkinan kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*), serta menganalisis lingkungan eksternal (EFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan

¹⁰ Zuhairi, *Pedoman Penulisan Skripsi Iain Metro*, 2018, 52.

¹¹ Siti Nasroh Nasution, Skripsi: *Analisis Strategi Marketing Bank Syariah Mandiri dalam Meningkatkan Pembiayaan BSM Implan Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Pematangsiantar*, (Sumatera Utara Medan: UINSUM, 2017), 2-3.

peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treath*). Penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sekarang, persamaan penelitian ini yaitu sama-sama dalam membahas bagaimana strategi Bank yang akan dilakukan. Sedangkan perbedaannya terletak pada strategi Bank yang dilakukan serta objek dan produk yang dituju.

2. Penelitian yang dilakukan oleh A Risang Junianto dengan judul “Strategi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis”.¹² Penelitian ini fokus menjelaskan tentang menghadapi persaingan bisnis bank syariah mandiri kc bandar jaya melakukan strategi yang dilakukannya diantaranya yaitu strategi manajemen pengelolaan, strategi pemasaran dan strategi pengembangan produk yang sudah dilaksanakan dengan cukup baik. Penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sekarang, persamaan penelitian ini yaitu sama-sama dalam membahas bagaimana strategi bank yang akan dilakukan. Sedangkan perbedaannya pada objek yang dituju, dan penelitian sekarang membahas strategi Bank untuk meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*, sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang strategi bank untuk menghadapi persaingan bisnis.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Maulida Zulfa Rahmannisa dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk

¹² A Risang Junianto, Skripsi: *Strategi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*, (Metro: IAIN, 2017), 5.

Tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus”.¹³ Penelitian ini fokus menjelaskan bagaimana bauran pemasaran yang digunakan BPRS Suriyah dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji iB tasya. Dengan strategi bauran pemasaran yang digunakan terdiri dari 4P yaitu, produk, harga, tempat, promosi, dan STP (*segmentation, targeting, positioning*). Penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sekarang, persamaan penelitian ini yaitu sama-sama dalam membahas bagaimana strategi Bank yang akan dilakukan . Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan produk yang dituju.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas terdapat persamaan dan perbedaan dengan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti. Persamaan yang sama antara peneliti sebelumnya adalah terdapat pada judul peneliti hampir sama mengenai strategi Bank untuk meningkatkan produk Bank syariah, kemudian terdapat pula perbedaan yaitu terdapat pada Fokus penelitian. Hal ini menjelaskan bahwa penelitian yang berjudul “Strategi Bank Aman Syariah Sekampung Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah*” belum diteliti sebelumnya, khususnya lembaga IAIN Mtero.

¹³ Maulida Zulfa Rahmannisa, Skripsi: *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus*, (Semarang: UINWS, 2018), 2-3.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa, dan pasarnya di masa depan. Strategi perusahaan merupakan pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama atau kebijakan perusahaan dengan rangkaian tindakan dalam sebuah pernyataan yang saling mengikat. Strategi perusahaan biasanya berkaitan dengan prinsip-prinsip secara umum untuk mencapai misi yang direncanakan perusahaan, serta bagaimana perusahaan memilih jalur yang spesifik untuk mencapai misi tersebut.¹

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap image

¹ Dian Sudiantini, *Manajemen Strategi*, (Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2022), 33-34.

suatu produk. Oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial didalam memasarkan produk.²

Para perusahaan yang kreatif, akan selalu menciptakan kombinasi yang terbaik berupa strategi bauran pemasaran 4P yang menjadi komponen *marketing mix*. Mereka harus menciptakan dari masing-masing bauran pemasaran 4P yang mana yang paling baik, dan paling banyak digunakan dalam strategi pemasarannya. Variable 4P ini terdiri atas produk (*product*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*).

a. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan dalam standar internasional, produk adalah barang atau jasa yang berarti:

- 1) Hasil kegiatan atau proses (produk wujud dan terwujud, seperti jasa, program komputer, desain, petunjuk pemakaia).
- 2) Suatu kegiatan proses (seperti pemberian jasa atau pelaksanaan proses produksi). Pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada kepemilikannya tetapi pada jasa yang dapat diberikannya.

Dapat disimpulkan bahwa produk itu bukan hanya berupa barang nyata tetapi bisa berupa jasa, maka produk dapat memberikan

² Roni Mohamad dan Endang Rahim, “*Strategi Bauran Pemasaran (Marketing mix) Dalam Perspektif Syariah*”, IAIN Sultan Amai Gorontalo: Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo, Vol. 2 No 1 (2021), 16.

kepuasan yang berbeda sehingga perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan berpandangan luas terhadap produk yang dihasilkan.³

b. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan sesuatu yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan membujuk pasar terkait dengan produk atau jasa yang baru melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Bauran promosi terdiri dari sebagai berikut:

- 1) *Advertising* ialah bentuk promosi ide, barang atau jasa nonpersonal oleh pihak tertentu yang memerlukan pembayaran. Dalam kegiatannya ini termasuk bentuk-bentuk iklan dimedia masa cetak maupun elektronik, papan reklame, spanduk, poster, dan sebagainya.
- 2) *Personal Selling* adalah bentuk promosi melalui interaksi langsung dengan calon pembeli guna melakukan presentase, menjawab pertanyaan, dan menerima pesanan. *Personal selling* dapat terjadi di toko, rumah-rumah, atau ditempat-tempat perusahaan yang dikunjungi oleh agen penjual.
- 3) *Sales Promotion* (promosi penjualan) yaitu bentuk promosi jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Biasanya *sales promotion* dilakukan pada periode tertentu. Hadiah-hadiah yang diberikan dapat dilakukan melalui undian, korting, atau jual obral.

³ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah Teori dan Praktik*, (Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2021), 19.

4) *Public Relations* yaitu komunikasi menyeluruh dari perusahaan kepada masyarakat untuk memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus, menangani atau meluruskan rumor, berita, maupun kejadian yang tidak menguntungkan. Contohnya dengan mengundang para wartawan kemudian memuat berita tersebut disurat kabar tanpa pembayaran.⁴

c. Tempat (*Place*)

Tindakan dalam memilih dan mengelola saluran pemasaran produk dan jasa dengan menggunakan kumpulan perusahaan atau individu-individu yang membantu dalam pendistribusian produk atau jasa dalam melayani pasar sasaran sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.⁵

d. Orang karyawan (*People*)

Proses seleksi, pelatihan, dan pemberian motivasi kepada karyawan sebagai pembeda dalam mempengaruhi persepsi pembeli dan memenuhi kepuasan pelanggan.⁶

3. Tujuan Bauran Pemasaran

Tujuan dari bauran pemasaran diantaranya yaitu:

a. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung adalah suatu bentuk kelompok sistem pemasaran interaktif yang dapat menggunakan satu atau media iklan

⁴ Eka Hendrayani dkk, *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 117-118.

⁵ *Ibid.*, 118.

⁶ *Ibid.*, 119.

untuk menghasilkan tanggapan atau transaksi yang dapat diukur pada suatu lokasi.

b. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan suatu penyajian materi atau pesan secara persuasive kepada masyarakat melalui media masa yang bertujuan untuk mempromosikan produk maupun jasa yang dijual oleh perusahaan.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah strategi pemasaran dimana produk dipromosikan menggunakan inisiatif menarik jangka pendek untuk merangsang permintaan dan meningkatkan penjualan.⁷

B. Minat

1. Pengertian Minat

Minat konsumen merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.⁸

⁷ Efrina Masdaini dan Ayu Dewi Hemayani, “*Buying Decision Analysis On Nilang Coffe Shop Consumers*”, Politeknik Anika: Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, Vol. 2 No 1 (2022), 22.

⁸ Roni Adespa, “*Pengaruh Faktor Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*”, UIN Iman Bonjol Padang: Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Vol 2 No 2 (2017), 3

Menurut Philip Kotler minat konsumen adalah suatu respon efektif atau proses merasa atau menyukai seorang konsumen terhadap suatu produk sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan. Minat konsumen merupakan kecenderungan dari seorang konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan apa yang diinginkan. Konsumen adalah seseorang atau sekelompok orang yang membeli sesuatu produk untuk dipakai sendiri dan tidak untuk dijual kembali. Konsumen dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Aspek yang terdapat dalam minat beli antara lain:

- a. Perhatian (*Attention*), adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk.
- b. Ketertarikan (*Interest*), setelah adanya perhatian maka akan timbul rasa tertarik pada suatu produk.
- c. Keinginan (*Desire*), berlanjut pada perasaan menginginkan atau memiliki.
- d. Keyakinan (*Conviction*) atau tindakan (*Action*), yaitu keyakinan pada diri individu terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan (proses akhir) untuk memperolehnya dengan tindakan yang disebut membeli.

2. Minat Berwirausaha

Minat seseorang untuk berwirausaha bisa muncul dari dalam diri (faktor internal) maupun dari luar diri (faktor eksternal).

Faktor internal antara lain:

- a. Merasa tidak puas dengan pekerjaan atau aktivitas yang saat ini digeluti, sehingga ingin punya aktivitas yang lebih mengasyikan /menantang.
- b. Keinginan kuat untuk mandiri (tidak tergantung pada orang lain).
- c. Keinginan kuat untuk mewujudkan mimpi, ide atau inovasinya.
- d. Minat dan komitmen tinggi terhadap wirausaha.

Faktor eksternal antara lain:

- a. Kehilangan pekerjaan
- b. Ada sumber daya yang sayang kalau tidak dimanfaatkan, misalnya ada lokasi strategis, mendapat modal, warisan, dll.
- c. Mengikuti latihan atau inkubator bisnis, lalu mendapatkan tugas untuk mengembangkan usaha.
- d. Dorongan dari keluarga, teman atau kerabat.⁹

Dari kedua faktor tersebut, faktor internal memiliki peranan yang lebih kuat. Bisa saja seseorang awalnya termotivasi untuk berwirausaha karena adanya faktor eksternal, namun dukungan faktor internal tetap diperlukan untuk menjaga konsistensinya dalam merintis usahanya. Beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk membangun minat berwirausaha antara lain:

- 1) Mengenali dampak positif dari wirausaha, antara lain:
 - a) Menambah penghasilan

⁹ Aris Slamet Widodo, *Kewirausahaan Entrepreneur Agribusiness Start Your Own Business*, (Yogyakarta: Jaring Inspiratif, 2012), 17.

- b) Lebih bebas berekspresi
- c) Menjadi pimpinan, pembuat aturan
- d) Bisa bekerja dengan waktu dan tempat yang lebih fleksibel
- e) Dapat mengeksplorasi ide-ide kreatif
- f) Mengembangkan idealisme (misalnya seorang pecinta lukisan batik, membuka gerai lukisan batik dengan harapan lukisan batik lebih dikenal luas dimana-mana).

2) Menajamkan *mission statement*, tujuan, perencanaan tertulis

Visi dan misi bisa dituliskan dalam kalimat yang mudah diingat, dan kemudian bisa menjadi motto serta penyemangat disaat lemah. Misalnya “layanan perawatan kecantikan terbaik bagi wanita berhijab”. Tulisan tersebut dikenal dengan *mission statement* atau pernyataan misi yang mengingatkan seseorang kepada tujuannya.

3) Memulai usaha dari bidang yang disukai, dibutuhkan atau sesuai dengan *concern* (kepedulian utama).

Misalnya orang yang suka membuat brownies, bisa mulai dengan usaha brownies, sehingga walaupun belum bisa mengeruk untung besar, setidaknya bisa menyalurkan hobi.

4) Membangun dukungan

Minat dari dalam diri untuk berwirausaha bisa saja redup atau bahkan padam saat menemui sandungan. Dukungan dari orang-orang terdekat atau yang dipercaya akan sangat bermanfaat

untuk menyalakan minat itu kembali, dukungan bisa berupa dukungan moral dan material.

5) Membekali diri

Keterampilan memberikan kontribusi cukup besar bagi seorang wirausaha. Keterampilan tidak saja mampu meningkatkan kinerja seseorang, tapi juga memberikan rasa percaya diri dalam menjalankan usahanya.

6) Bersikap positif terhadap kegagalan

Wirausaha yang sukses biasanya memiliki kisah gagal di balik kesuksesannya. Sikap positif terhadap kegagalan sangat diperlukan agar minat wirausaha tidak hilang setelah menemui kegagalan yang pertama. Seorang wirausaha perlu memiliki kebiasaan untuk belajar dari pengalaman yang kurang menyenangkan, sehingga bisa memulai lagi usaha dengan persiapan yang lebih matang.¹⁰

3. Tujuan dan Manfaat Wirausaha

a. Tujuan wirausaha

Seseorang yang ingin memulai atau menjalankan suatu usaha pasti memiliki tujuan. Berikut beberapa tujuan dari seorang wirausaha antara lain:¹¹

¹⁰ *Ibid.*, 18.

¹¹ Kintoko, Novia Dwi Rahmawati dan Rizki Kurniawan Saputra, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: UPY Press, 2023), 14.

- 1) Berusaha dan bertekad dalam meningkatkan jumlah para wirausaha yang baik dengan kata lain ikut serta dalam calon wirausaha untuk membangun jaringan bisnis yang lebih baik.
- 2) Mewujudkan kemampuan para wirausahawan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat dan negaranya.
- 3) Ikut serta dalam menumbuhkan dan mengembangkan kesadaran serta orientasi kewirausahaan yang kokoh.
- 4) Menyebarkan dan membuat budaya ciri-ciri kewirausahaan di sekitarnya terutama dalam masyarakat.
- 5) Mengembangkan dalam bentuk inovasi dan kreatifitas agar tercipta dinamika dalam kewirausahaan atau dunia bisnis sehingga kemakmuran dapat tercapai.

b. Manfaat wirausaha

- 1) Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran .
- 2) Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan, dan sebagainya.
- 3) Menjadi pribadi unggul yang patut diteladani, karena sebagai seorang wirausaha yang terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain.
- 4) Memberi contoh bagaimana bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama, dekat dengan tuhan.

- 5) Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu menjaga dan membangun lingkungan.
- 6) Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dalam bidang pembangunan social, sesuai dengan kemampuannya.
- 7) Berusaha mendidik karyawan menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, dan tekun dalam menghadapi pekerjaan.
- 8) Hidup tidak berfoya-foya dan tidak boros.
- 9) Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.¹²

C. Pembiayaan *Mudharabah*

1. Pengertian Pembiayaan *Mudharabah*

Menurut Undang-undang No 10 tahun 1998 pasal 1 pembiayaan berdasarkan prinsip syariah merupakan penyediaan dana, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.¹³

Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan (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

¹² *Ibid.*, 15-16.

¹³ *Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.*

itu bukan akibat kelalaian si-pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si-pengelola, si-pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.¹⁴

2. Rukun dan Syarat Pembiayaan *Mudharabah*

a. Rukun Pembiayaan *Mudharabah*

Rukun dalam akad *mudharabah* adalah:

1) Pelaku (Pemilik Modal Maupun Pelaksana Usaha)

Dalam akad *mudharabah*, harus ada minimal dua pelaku. Pihak pertama bertindak sebagai pemilik modal (*shahib al- mal*), sedangkan pihak kedua bertindak sebagai pelaksana usaha (*mudharib* atau *amil*). Tanpa dua pelaku ini, maka akad *mudharabah* tidak ada.

2) Objek *Mudharabah* (Modal dan Kerja)

Adalah konsekuensi dari tindakan yang dilakukan oleh para pelaku. Pemilik modal menyerahkan modalnya sebagai obyek *mudharabah*, sedangkan pelaksana usaha menyerahkan kerjanya sebagai obyek *mudharabah*. Modal yang diserahkan bisa berbentuk uang atau barang yang dirinci berapa nilai uangnya. Sedangkan kerja yang diserahkan bisa berbentuk keahlian, keterampilan, *selling skill*, *management skill*, dan lain-lain. Tanpa dua objek ini, akad *mudharabah* pun tidak akan ada.

¹⁴ Nurnasrina dan P. Adiyes Putra, *Kegiatan Usaha Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2017), 109.

3) Persetujuan Kedua Belah Pihak (*Ijab Qabul*)

Persetujuan kedua belah pihak merupakan konsekuensi dari prinsip *an-taraddin minkum* (sama-sama suka). Disini kedua belah pihak harus secaraarela bersepakat untuk mengingatkan diri dalam akad *mudharabah*. Pemilik dana setuju dengan perannya untuk berkontribusikan (pemberi) dananya, sementara pelaksana usaha pun setuju dengan perannya untuk berkontribusikan kerjanya.

4) *Nisbah* (Keuntungan)

Nisbah adalah rukun yang khas dalam akad *mudharabah*, yang tidak ada dalam akad jual beli. *Nisbah* ini mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua belah pihak yang melakukan *mudharabah*. *Mudharib* mendapatkan imbalan atas kerjanya, sedangkan *shahibulmaal* mendapat imbalan atas penyertaan modalnya. *Nisbah* keuntungan inilah yang akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan.¹⁵

b. Syarat Pembiayaan Akad *Mudharabah*

Syarat-syarat *mudharabah* adalah sebagai berikut:

- 1) Berkait dengan akad
- 2) Yang terkait dengan orang yang melakukan akad, harus orang yang mengerti hukum dan cakap diangkat sebagai wakil, karena pada satu sisi posisi orang yang akan mengelola modal adalah

¹⁵ Zaenal Arifin, *Akad Mudharabah Penyaluran Dana Dengan Prinsip Bagi Hasil*, (Indramayu: Adab (CV. Adanu Abimata, 2021), 46-47.

wakil dari pemilik modal. Itulah sebabnya, syarat-syarat seorang wakil juga berlaku bagi pengelola modal dalam akad *mudharabah*.

- 3) Yang terkait dengan modal disyaratkan antara lain:
 - a) Berbentuk uang
 - b) Jelas jumlahnya
 - c) Tunai
 - d) Diserahkan sepenuhnya kepada pedagang atau yang mengelola modal (*mudharib*). Oleh sebab itu, jika modal itu berbentuk barang, menurut ulama fiqh tidak dibolehkan, karena sulit untuk menentukan keuntungannya.
- 4) Yang terkait dengan keuntungan, disyaratkan bahwa pembagian keuntungan harus jelas dan bagian masing-masing diambilkan dari keuntungan dagang itu, seperti setengah, sepertiga, atau seperempat. Apabila pembagian keuntungan tidak jelas, menurut ulama Hanafiyah, akad itu fasid (rusak).¹⁶

3. Jenis-jenis Pembiayaan *Mudharabah*

Secara umum, *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis yakni *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*, dengan pengertian sebagai berikut ini:¹⁷

a. *Mudharabah Mutlaqah*

Mudharabah mutlaqah adalah bentuk kerjasama antara pemilik modal (*shahibulmaal*) dan pengelola (*mudharib*) yang cakupannya

¹⁶ *Ibid.*, 48.

¹⁷ *Ibid.*, 42-43.

sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.

Penerapan *Mudharabah muthlaqah* dapat berupa tabungan. Berdasarkan prinsip ini tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.

Karakteristik antara lain:

- 1) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan data cara pemberitahuan keuntungan dan atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpangan dana, yang dicantumkan dalam *aqad*.
- 2) Untuk tabungan *mudharabah*, bank dapat memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan, serta kartu ATM dan atau alat penarikan lainnya kepada penabung.
- 3) Tabungan *mudharabah* dapat diambil setiap saat oleh penabung dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif.

b. *Mudharabah Muqayyadah*

Mudharabah muqayyadah adalah kebalikan dari *mudharabah mutlaqah*. Si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha.

Jenis *mudharabah* ini merupakan simpanan khusus dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank.

Karakteristik antara lain:

- 1) Pemilik dana wajib menetapkan syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank.
- 2) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan.
- 3) Sebagai bukti simpanan, bank menerbitkan bukti simpanan khusus bank wajib memisahkan dana dari rekening lain.

4. Dasar Hukum Pembiayaan *Mudharabah*

Secara umum landasan dasar *mudharabah* lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha, hal ini tampak dalam ayat-ayat sebagai berikut:

- a. Firman Allah Q.S Annisa 29¹⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu”.

¹⁸ QS. Annisa: 29.

b. Firman Allah Q.S Al-Baqarah 283¹⁹

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثَمُ قَلْبًا وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapat seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utang-nya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, tuhaninya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena siapa yang menyembunyikannya sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

¹⁹ QS. Al-Baqarah: 283.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis field research yaitu penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilaksanakan pada lokasi tertentu, yang dipilih sebagai tempat untuk melakukan penyelidikan terkait gejala-gejala objektif atau peristiwa-peristiwa yang terjadi di tempat tersebut. Tujuan penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, baik individu, kelompok, lembaga atau masyarakat. Lokasi penelitian ini berlokasi di Bank Aman Syariah Sekampung dengan fokus penelitian strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Sesuai dengan namanya, jenis penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan deskripsi, penjelasan, juga validasi mengenai fenomena yang telah diteliti. Dalam menggunakan jenis penelitian deskriptif, masalah yang dirumuskan harus layak untuk diangkat, mengandung nilai ilmiah, dan tidak bersifat terlalu luas. Tujuannya pun tidak boleh terlalu luas dan

menggunakan data yang bersifat fakta dan bukan opini.¹ Data yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu kualitatif. Penelitian ini terfokus pada strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus, dan lain-lain.²

Sumber data primer ini harus dicari melalui narasumber atau responden, untuk memperoleh data primer peneliti melakukan wawancara kepada direktur Bank Aman Syariah Sekampung, marketing bank aman syariah sekampung dan Masyarakat desa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung. Hal ini dilakukan guna untuk mendapat data yang akurat. Adapun dalam menentukan sampel peneliti menggunakan teknik *Sampling Insidental*. Teknik *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel

¹ Muhammad Ramadhan, *Metodologi Penelitian*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021), 7.

² Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 67-68.

berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.³

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti biro pusat statistik (BPS), buku, laporan, jurnal dan lain-lain.⁴ Pada penelitian ini hasil dari sumber data sekunder tersebut merupakan data kepustakaan, untuk mendapatkan data kepustakaan maka digunakan sumber kepustakaan, yaitu buku-buku dari karangan Dian Sudiantini yang berjudul manajemen strategi, Rudy Haryanto yang berjudul manajemen pemasaran bank syariah (teori dari praktik), Eka Hendrayani dkk yang berjudul manajemen pemasaran (dasar dan konsep) dan Sebagai kelengkapan data sekunder, peneliti memperoleh data melalui dokumen-dokumen yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode sebagai berikut:

³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Dan R&D*, cet ke-16 (Bandung: Alfabeta, 2012), 85.

⁴ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian.*, 68.

1. Wawancara

Wawancara merupakan digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.⁵ Dalam hal ini, peneliti langsung mengajukan pertanyaan kepada Direktur Bank Aman Syariah Sekampung Bapak Sugiyanto dan Marketing Bank Aman Syariah Sekampung Bapak Ade Yudha Pratama serta Masyarakat Desa Sumbergede Dusun 06 Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*.

Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur dalam mengajukan pertanyaan pada pihak Bank dan masyarakat. Wawancara tidak terstruktur adalah peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap sebagai pengumpul datanya.⁶ Pelaksanaan wawancara pada penelitian ini lebih ditekankan untuk mengumpulkan data mengenai strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*.

⁵ Urip Sulistiyo, *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*, (Jambi: Salim Media Indonesia, 2019), 82.

⁶ *Ibid.*, 82.

2. Dokumentasi

Dokumentasi ialah surat penting atau berharga yang sifatnya tertulis atau tercetak yang berfungsi atau dapat dipakai sebagai bukti ataupun keterangan. Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mencatat, menyalin, menggandakan data atau dokumentasi tertulis lainnya. Dokumentasi yang dilakukan penulis dengan menggunakan dokumen atau arsip yang berhubungan dengan judul peneliti, baik sejarah, visi misi, struktur, dan sebagainya. Dokumentasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini meliputi arsip-arsip dan sebagainya yang berkaitan dengan strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu upaya dalam menguraikan suatu masalah atau focus kajian menjadi bagian-bagian sehingga susunan dan tatanan bentuk sesuatu yang diurai tersebut tampak dengan jelas terlihat dan mudah dicerna atau ditangkap maknanya.⁷

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yaitu pengumpulan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan, ataupun data lainnya. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, dokumentasi dan survei langsung di lapangan. Setelah dipelajari dan ditelaah, maka langkah

⁷ Halaluddin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*, (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019, 99).

selanjutnya memilih dan mengambil data-data mana saja yang diperlukan. Data-data yang telah dipilih kemudian dikategorikan hingga tersusun secara sistematis.

Setelah peneliti mendapatkan data yang diperlukan maka data akan diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis, dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

Maksud dari uraian di atas pengumpulan data berdasarkan fakta-fakta yang telah diteliti, dianalisis lalu dikumpulkan. Data yang ingin diteliti adalah tentang strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*. Dalam hal ini peneliti dilakukan di Bank Aman Syariah Sekampung sehingga ditemukan pemecahan permasalahan dari pertanyaan penelitian yang telah ditentukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Aman Syariah Sekampung

1. Sejarah Singkat Bank Aman Syariah Sekampung.¹

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia didorong oleh 4 (empat) alasan utama yaitu:

- a. 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 MUI.
- b. Adanya keunggulan sistem operasional dan produk perbankan syariah yang antara lain mengutamakan pentingnya moralitas, keadilan dan transparansi dalam kegiatan operasional perbankan syariah.
- c. Adanya pengawasan dan pembinaan dari Bank Indonesia sehingga kelangsungan perbankan syariah tetap terjaga.
- d. Adanya Lembaga Penjamin Simpanan.

Keempat alasan tersebut berlaku pula di wilayah Kabupaten Lampung Timur, maka beberapa toko praktisi Lembaga Keuangan Mikro Syariah (BMT) di Sekampung bercita-cita mendirikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan nama PT BPRS Aman Syariah. Dimana 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

¹Dokumentasi Bank Aman Syariah Sekampung, Kec.Sekampung, Kab.Lampung Timur.

dimensi. Maka pendirian PT BPRS Aman Syariah dengan potensi muatan lokal yaitu permodalan, penghimpunan dana, penyaluran dana, pengurus, pegawai adalah berasal dari masyarakat Lampung Timur khususnya yang berdomisili di Kecamatan Sekampung.

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*.

Dan 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 Februari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, Sarjana Hukum dan Pengesahan Badan Hukum PT dari kementerian hukum dan Hak Asasi 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

pemberian izin prinsip pendirian PR 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 operasionalnya 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).

2. Visi dan Misi Bank Aman Syariah Sekampung²

Tujuan pendirian PT BPRS Aman Syariah Lampung yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat diwilayah Lampung Timur dan sekitarnya melalui:

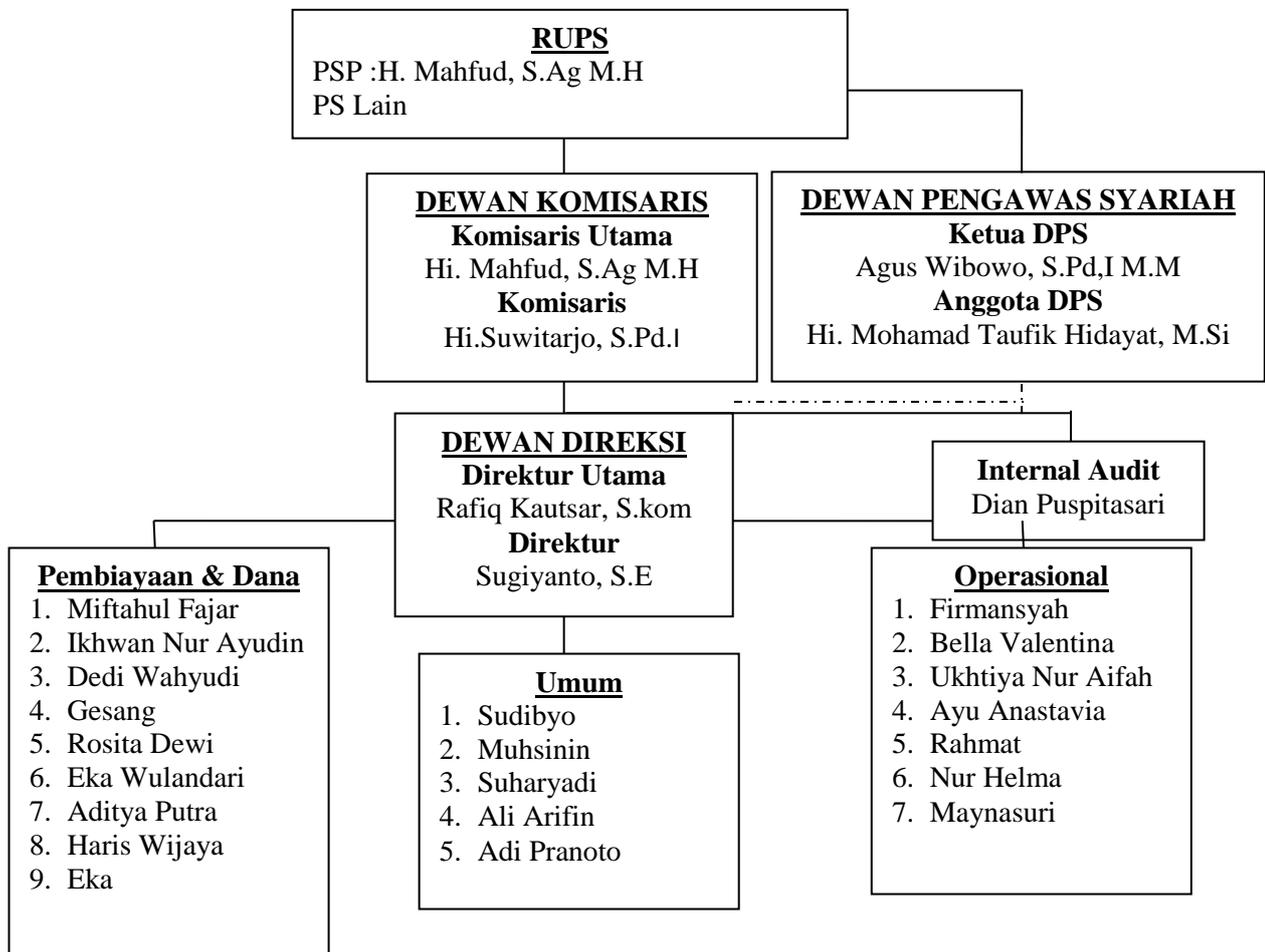
- a. Pemberian pelayanan jasa perbankan bagi pengusaha kecil di pedesaan yang mudah, aman, islami dengan prinsip bank yang sehat dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- b. Membuka dan memperluas lapangan dan kesempatan kerja bagi masyarakat.
- c. Berpartisipasi dalam upaya memberantas para pelepas uang (rentenir).
- d. Tercapainya ukhuwah islamiyah yang semakin berkualitas baik antara nasabah dengan BPR Syariah sebagai pelaksana amaliah, maupun diantara nasabah BPR Syariah.

² Dokumentasi Bank Aman Syariah Sekampung, Kec.Sekampung, Kab.Lampung Timur.

- e. Mendidik masyarakat untuk selalu memikirkan masa depan dan tidak hanya menguntungkan kepada nasib, namun lebih menekankan kepada usaha.

3. Struktur Organisasi Bank Aman Syariah Sekampung

SUSUNAN ORGANISASI BANK AMAN SYARIAH KABUPATEN LAMPUNG TIMUR 2019



4. Produk dan Jasa Bank Aman Syariah Sekampung³

a. Produk Pendanaan

Produk ini meyangkut 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) Uang Infaq Bangunan
- e) 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. Tabungan *mudharabah* pada Bank Aman Syariah Sekampung menjadi beberapa variasi produk simpanan yaitu:

- a) Tabungan Haji Mabrur (Tajimabrur)
- b) Tabungan Qurban Aman Syariah (Taqurbanas)

³ Dokumentasi Bank Aman Syariah Sekampung, Kec.Sekampung, Kab.Lampung Timur.

- 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)
- 3) Deposito *Mudharabah*

Deposito berjangka ini diperuntukkan bagi penyimpanan perorangan, perusahaan badan amal, organisasi sosial, dan koperasi.

b. Produk Penempatan Dana Masyarakat (Pembiayaan)

- 1) Pembiayaan dengan transaksi jual beli berdasarkan prinsip: *murabahah, istishna, salam, ijarah, multi jasa dan jual beli* lainnya.
- 2) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip: *mudharabah* dan *musyarakah*.
- 3) Pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip: *rahn, qardh, qardhul hasan*.

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

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

Pembiayaan untuk pengusaha kecil dipedesaan, tujuan pembiayaan adalah untuk membiayai seluruh usaha yang akan dibiayai (perdagangan/jasa) dan *mudharib* setuju membagi keuntungan dengan promosi bagi hasil yang disetujui bersama. Jenis pembiayaan untuk kebutuhan, pembiayaan modal kerja, dan pembiayaan modal usaha.

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

Dalam pembiayaan jenis ini Bank 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.

Tujuan pembiayaan ini dimaksudkan untuk pembiayaan pemilikan barang misalnya: pemilikan rumah, kendaraan bermotor, investasi, benda ekonomi lainnya baik baru maupun *refinancing*. Kadar/tingkat keuntungan/*profit margin* untuk Bank Aman Syariah Sekampung dapat dikategorikan untuk setiap jenis barang. Dan besaran angsuran disesuaikan dengan kemampuan nasabah.

c) Pembiayaan Multijasa

Dalam pembiayaan jenis Bank 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.

B. Strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam Meningkatkan Minat Masyarakat tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah*

Strategi Bank merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan perencanaan dalam sebuah aktifitas selama kurun waktu tertentu. Strategi yang dilakukan oleh lembaga keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam memperkenalkan sarana-sarana pengumpulan dana dan menyalurkan dana karena merupakan hal pokok yang harus dilakukan pada setiap perbankan karena suatu strategi merupakan sebuah tolak ukur bagi perbankan. Berhasil atau tidaknya dilihat dari suatu strategi yang bagus sehingga terbentuk minat masyarakat untuk menitipkan uangnya atau meminjam untuk modal usaha dalam bentuk pembiayaan *mudharabah*. Minat masyarakat merupakan dorongan kuat dalam diri seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan suatu keinginan dan tujuan yang menjadi harapan.

Dalam memberikan pemahaman suatu produk memang tidak lepas dari strategi-strategi yang baik. Menurut bapak Ade Yudha Pratama selaku marketing menyatakan bahwa Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat itu menerapkan beberapa strategi yaitu sosialisasi, edukasi, bimbingan dan doorprize/hadiah.⁴

⁴ Wawancara dengan Ade Yudha Pratama, Selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, Pada Tanggal 20 Juni 2023.

1. Sosialisasi

Kebijakan perusahaan dalam memilih produk yang akan dijual sangat berpengaruh pada penentuan strategi promosinya yang akan dilakukan agar berhasil dalam melaksanakan fungsi penjualan dari bidang pemasaran. Seperti yang dikatakan Bapak Ade Yudha Pratama sosialisasi tentang produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung terutama pada produk pembiayaan *mudharabah* tentu sudah dilakukan oleh pihak Bank sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan, informasi, dan penjelasan tentang apa itu pembiayaan *mudharabah*. Sosialisasi yang dilakukan secara langsung dalam bentuk seminar. Biasanya kami melakukan sosialisasi kepada masyarakat diluar lingkungan Bank dan sosialisasi kepada nasabah di dalam lingkungan Bank, disaat nasabah yang ingin membuka rekening tabungan, kami selalu melihat latar belakang nasabah tersebut terlebih dahulu yang nantinya biasanya kami menawarkan produk pembiayaan lainnya seperti produk pembiayaan *mudharabah* untuk modal usaha kepada calon nasabah sekitarnya kami rasa sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut. Bank Aman Syariah Sekampung memiliki bermacam-macam produk untuk memenuhi kebutuhan para nasabah salah satunya ialah produk pembiayaan *mudharabah* yang diperuntukan untuk pelaku-pelaku usaha. Sosialisasi tentang produk pembiayaan *mudharabah* ini pihak Bank Aman Syariah Sekampung menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan mutu dari suatu produk pembiayaan *mudharabah* seperti

menjelaskan manfaat dari produk pembiayaan *mudharabah* yang akan membantu para pengusaha melakukan pinjaman modal untuk membuka usahanya, serta persyaratan-persyaratan yang akan dilakukan nasabah jika ingin melakukan pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung yaitu antara lain:

- a. Jaminan BPKB, sertifikat tanah (tanah, kebun, rumah)
- b. Fotocopy KTP suami istri
- c. Fotocopy kartu keluarga
- d. Foto kopi surat nikah
- e. Membuat rekening tabungan di Bank Aman Syariah Sekampung jika belum punya.⁵

Ketentuan pembiayaan *mudharabah* antara lain:

- 1) Bank Aman Syariah Sekampung memberikan pembiayaan kepada anggota nasabah sejumlah dana dengan kontan atau kepentingan modal usaha dengan kesepakatan bagi hasil.
- 2) Ijab dan qabul akad *mudharabah* harus disampaikan baik tertulis dalam formulir akad ataupun secara lisan, dan harus dipahami oleh kedua belah pihak.
- 3) Nisbah bagi hasil untuk masing-masing pihak harus dimunculkan baik formulis akad ataupun secara lisan. Bagi hasil di Bank Aman Syariah Sekampung adalah 60:40 yang dimana pihak Bank Aman Syariah

⁵ *Ibid.*

Sekampung mendapatkan 60 dari bagi hasilnya sedangkan 40 untuk pihak nasabahnya.

- 4) Untuk membuat *nisbah* bagi hasil yang diperuntukkan, harus membuat asumsi perolehan hasil atau keuntungan usaha dari anggota nasabah yang disepakati, serta bagi hasil untuk Bank Aman Syariah Sekampung yang diharapkan.
- 5) Apabila ada kerugian atas kelalaian anggota nasabah, maka anggota nasabah tetap bertanggung jawab. Kecuali kerugian itu terjadi atas bencana alam misalkan gempa bumi atau banjir, dan lain-lain, pihak Bank Aman Syariah Sekampung tidak akan meminta pertanggung jawabannya.
- 6) Akad *mudharabah* dinyatakan selesai apabila seluruh modal usaha dan bagi hasil yang menjadi tanggung jawab anggota nasabah telah terselesaikan.

2. Edukasi

Edukasi perbankan syariah yang tepat akan memberikan dampak bagi masyarakat yang menerima edukasi diantaranya, berdampak pada tingkat pemahaman masyarakat tentang kegunaan produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung terutama pada produk pembiayaan *mudharabah*. Bagi masyarakat yang ingin membuka usahanya bisa melakukan pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung.

Sebagai langkah awal dalam upaya menghubungkan masyarakat dengan produk dan jasa keuangan syariah adalah penting untuk meniadarkan masyarakat mengenai berbagai produk dan jasa keuangan yang tersedia. Oleh karena itu, edukasi itu sangat dibutuhkan, dimana masyarakat belum sepenuhnya mengetahui tentang Bank Syariah dan produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung.

Bentuk kegiatan edukasi Bank Aman Syariah Sekampung kepada masyarakat adalah dengan melakukan edukasi langsung dan melalui media sosial.

a. Edukasi Langsung

Bentuk edukasi Bank Aman Syariah Sekampung adalah edukasi langsung. Pihak Bank yang melakukan edukasi adalah pihak marketing. Melakukan edukasi kepada masyarakat atau calon nasabah bertujuan untuk memperkenalkan dan menjelaskan tentang produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung. Biasanya edukasi ini dilakukan di tempat-tempat yang dimana didalamnya sedang mengadakan acara pengajian, acara seperti ibu-ibu Pkk dan lain sebagainya. Disitu lah tempat sasaran Bank dalam melaksanakan edukasi terhadap masyarakat untuk memperkenalkan dan menjelaskan produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung.

Menurut Bapak Ade Yudha Pratama proses kegiatan edukasi ini diawali dengan menentukan tempat, mempersiapkan bahan

presentasi, diantaranya materi presentasi, perlengkapan seperti brosur. Kemudian meminta izin kepada lembaga yang bersangkutan, jika sudah mendapat izin maka selanjutnya melakukan presentasi dan menyebar brosur kepada para hadirin. Selanjutnya sesi tanya jawab apabila ada yang belum paham dari penyampaian kami tentang produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung.⁶

b. Edukasi Melalui Media Sosial

Sarana edukasi selanjutnya yakni menggunakan media sosial dan *website*. Bank Aman Syariah Sekampung memiliki akun media sosial, diantaranya adalah *facebook* dengan nama “ Bprs Aman Syariah (Bank Aman Syariah)”.

Dengan tampilan semacam ini:

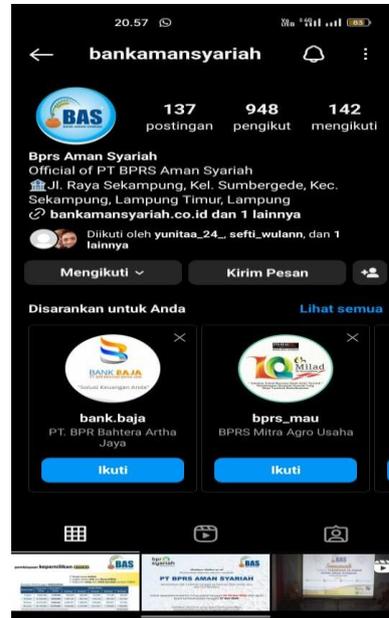
Gambar 4.1
Akun Media Sosial Facebook Bank Aman Syariah Sekampung



Sumber: Facebook Bank Aman Syariah Sekampung

⁶ *Ibid.*

Gambar 4.2
Akun Media Sosial *Instagram* Bank Aman Syariah Sekampung



Sumber: Instagram Bank Aman Syariah

Gambar 4.3
Akun Media Sosial *Website* Bank Aman Syariah Sekampung



Sumber: website bankamansyariah.co.id

Menurut Bapak Ade Yudha Pratama setiap media sosial mengunggah gambar untuk dijadikan konten pada masing-masing akun media sosial. Media sosial yang mengunggah yaitu *facebook, instagram*. Setiap postingan juga terdapat sebuah kalimat atau narasi atau biasa disebut dengan caption. Konten-konten edukasi Bank di media social diatas, meskipun postingan yang diberikan tidak intens namun dapat mengedukasi masyarakat dan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung.⁷

3. Bimbingan

Masyarakat sangat perlu bimbingan dalam mengetahui produk-produk Bank Aman Syariah Sekampung agar masyarakat tidak salah dalam memahami produk pembiayaan *mudharabah* tersebut. Dengan bimbingan akan memberi pertolongan individu lain dalam membuat keputusan kearah yang dituju, dan mencapai tujuannya dengan cara yang paling baik dalam memahami sesuatu.

Menurut Bapak Ade Yudha Pratama Bank Aman Syariah Sekampung juga melakukan bimbingan dan pengarahan bagi masyarakat yang belum memahami dan ingin mengetahui tentang produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung khususnya agar dapat memahami produk pembiayaan *mudharabah*. Mengidentifikasi macam-macam kebutuhan, dan masalah yang di hadapi oleh masyarakat.

⁷ *Ibid.*

Kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat seperti untuk kebutuhan modal usaha, sedangkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat seperti masyarakat jika ingin membuka usaha mereka tidak mempunyai modalnya. Pemberian layanan bimbingan setelah diketahui berbagai kebutuhan dan masalah serta kesulitan yang dihadapi oleh masyarakat dengan faktor-faktor yang melatarbelakangi seperti memberi pemahaman masyarakat tentang adanya pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung untuk mereka yang ingin membuka usahanya bisa melakukan pembiayaan *mudharabah* untuk modal usaha tersebut. Dan memberi bimbingan mengenai persyaratan dan *nisbah* bagi mereka yang ingin melakukan pembiayaan. Bimbingan ini dilakukan secara langsung oleh pihak marketing kepada masyarakat seperti kepada ibu-ibu PKK yang ada di desa tersebut dengan sebelumnya kami meminta izin terlebih dahulu kepada lembaga tersebut. Baik itu untuk mengenalkan produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung dan kegunaan produk-produk itu sendiri. Mereka tidak segan untuk bertanya jika mereka kurang mengerti terkait apa yang kami sampaikan, jadi pelaksanaan yang kami lakukan untuk bimbingan ini kepada masyarakat berjalan dengan lancar.⁸

4. Doorprize/hadiah

Promosi yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung dalam memasarkan dan memberi pemahaman tentang produk pembiayaan

⁸ *Ibid.*

mudharabah seperti yang dinyatakan Bapak Ade Yudha Pratama yaitu dengan cara mengadakan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat dan pelaku-pelaku usaha atau penyuluhan pada even-even tertentu yang disertai doorprize/hadiah agar masyarakat tertarik untuk kerjasama dengan Bank Aman Syariah Sekampung dalam melakukan pembiayaan syariah misalnya pembiayaan *mudharabah* pada modal usaha. Doorprize/hadiah menjadi salah satu strategi yang menguntungkan bagi kami karena dengan cara itu kami bisa meningkatkan jumlah nasabah dan memberikan konsultasi pemahaman nasabah tentang produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung dan juga bisa mendapatkan nasabah yang lebih banyak lagi yang akan memberikan keuntungan baik Bank juga masyarakat itu sendiri. Secara keseluruhan saya tidak menargetkan harus berapa jumlah nasabah yang dapat memahami produk pembiayaan ini, tetapi saya ingin membantu masyarakat memilih produk sesuai dengan yang mereka butuhkan dan sesuai dengan pendapatan yang mereka miliki dan dapat memberikan mereka apresiasi dengan memberikan hadiah selama mereka menjadi bagian dari Bank Aman Syariah Sekampung.⁹

⁹ *Ibid.*

Menurut bapak Ade Yudha Pratama masyarakat lebih memilih Bank BRI untuk mengajukan pinjaman untuk modal usaha itu dikarenakan menurut masyarakat keuntungan yang didapat di Bank Syariah itu sedikit oleh sebab itu pihak Bank harus menjelaskan apa itu *nisbah* yang ada di Bank Syariah pada saat melakukan sosialisasi itu sendiri agar masyarakat paham mengenai sistem bagi hasil pada saat melakukan pembiayaan di Bank Aman Syariah Sekampung. kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk-produk pada Bank Aman Syariah Sekampung meliputi kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal ini adalah terbatasnya unit kantor yang belum bisa menjangkau ke berbagai daerah-daerah maka masyarakat masih banyak yang belum mengetahui tentang produk pembiayaan *mudharabah* dan juga kurangnya *customer service* untuk melayani nasabah jika ada yang menanyakan mengenai produk-produk di Bank Aman Syariah Sekampung. Dari sini nasabah pun harus mengantri agar bisa mendapatkan informasi yang detail dari *customer service* terkait produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung terutama produk pembiayaan *mudharabah*. Solusi dari kendala internal ini yaitu jika nasabah atau calon nasabah pada pembiayaan *mudharabah* yang ingin mengetahui informasi mengenai produk-produk maka yang harus dilakukan adalah membuka situs web resmi Bank Aman Syariah Sekampung agar tidak terlalu banyak pertanyaan saat di *customer service* dan tidak membuat antrian panjang yang harus menunggu lama. Selanjutnya untuk kendala eksternal yaitu mengenai jangkauan nasabah untuk sampai ke lokasi

Bank Aman Syariah Sekampung menempuh jarak yang cukup jauh, tetapi pihak Bank Aman Syariah Sekampung akan mencari solusi yang efisien. Dimana dilakukannya sistem jemput bola yang dilakukan pegawai Bank Aman Syariah Sekampung agar memudahkan masyarakat supaya tidak jauh-jauh datang ke kantor Bank Aman Syariah Sekampung ini.¹⁰

Menurut bapak Sugiyanto selaku direktur, dari hasil wawancara saya strategi promosi bank dalam meningkatkan minat masyarakat untuk produk pembiayaan mudharabah, marketing Bank Aman Syariah Sekampung melaksanakan beberapa strategi antara lain:

a. Meningkatkan kualitas dan kopetensi dari pegawai

Bertujuan agar pegawai yang ada di Bank memiliki kualitas dan kopetensi yang sangat baik untuk memasarkan produk Bank yang ada kepada nasabah dengan baik dan dapat dimengerti oleh nasabah. Dengan cara melakukan pelatihan melalui webinar kepada para pegawai untuk meningkatkan SDM tersebut.

b. Media masa

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

¹⁰ *Ibid.*

c. Penyebaran brosur

Dalam penyebaran brosur kepada calon nasabah yang ada. Dapat memudahkan calon nasabah dalam mengetahui dan memahami produk-produk yang ada di bank yang sudah ada di brosur, pembagian brosur ini supaya calon nasabah tertarik akan produk-produk yang ditawarkan.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ade Yudha Pratama selaku marketing Bank Aman Syariah Sekampung, beliau mengatakan bahwa strategi yang diterapkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat yaitu dengan menggunakan *marketing/mix* bauran pemasaran yang terdiri dari 4P (*product, place, promotion, people*), maka dapat dijabarkan sebagai berikut:¹²

1) Produk (*Product*)

Dalam menerapkan strategi produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung, pihak Bank Aman Syariah Sekampung sangat mempertimbangkan kepuasan calon nasabahnya. Dengan demikian penerapan strategi produk yang dilakukan oleh Bank Aman Syariah Sekampung adalah dengan menampilkan mutu dari produk tersebut sehingga memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah.

Produk merupakan barang dan jasa yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan bermanfaat kepada para konsumen. Adapun produk yang dihasilkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung ini adalah

¹¹ Wawancara dengan Sugiyanto, Selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, Pada Tanggal 16 Juni 2023.

¹² Wawancara dengan Ade Yudha Pratama, Selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, Pada Tanggal 20 Juni 2023.

berupa produk jasa. Agar produk-produk yang ditawarkan dapat menarik calon nasabah maka Bank Aman Syariah Sekampung siap melayani sistem jemput bola pada nasabahnya.

2) Tempat (*Place*)

Pemilihan lokasi yang tepat akan cukup berpotensi terhadap bisnis, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya lembaga keuangan. Kantor Bank Aman Syariah Sekampung terletak di Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung timur Provinsi Lampung. Lokasi kantor Bank Aman Syariah Sekampung sangat strategis karena berada pada jalan utama Desa Sumbergede yang ramai dilalui masyarakat. Tepat berada di jalan raya sehingga keberadaan kantor mudah dilihat oleh anggota dan calon anggotanya, aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

Menurut hasil wawancara dengan bapak Ade Yudha Pratama selaku marketing Bank Aman Syariah Sekampung tempat yang dituju sebagai sasaran pemasaran oleh Bank Aman Syariah Sekampung yaitu pasar sekampung, yang lokasinya hanya berjarak 500 meter dari lokasi Bank Aman Syariah Sekampung sehingga mempermudah pihak marketing dalam menjalankan kegiatan rutinitasnya berkeliling pasar untuk mempromosikan produk *mudharabah* dan lainnya. Tetapi untuk mempromosikan produk-produk Bank Aman Syariah Sekampung ini

terutama pada produk pembiayaan *mudharabah* ini saya belum pernah melakukan sosialisasi di desa sumbergede dusun 06 ini mbak.

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah media yang paling efektif untuk menyampaikan informasi terhadap masyarakat luas mengenai produk-produk yang ada di dalam Bank Aman Syariah Sekampung. Bank Aman Syariah Sekampung melakukan promosi dengan cara *word of mount* (mulut ke mulut), selain itu Bank Aman Syariah Sekampung juga melakukan promosi melalui berbagai media seperti sosialisasi, website, brosur, dan *door to door*.

4) Orang (*People*)

People adalah unsur orang/manusia yang melayani terutama dalam perusahaan yang menjual jasa, *people* yang dimaksud adalah pimpinan dan seluruh karyawan Bank Aman Syariah Sekampung.

Menurut hasil wawancara dengan bapak Ade Yudha Pratama selaku marketing Bank Aman Syariah Sekampung dalam memberikan pelayanan harus sebaik mungkin kepada nasabahnya. Para petugas selalu bersikap ramah dan sabar dalam melayani nasabahnya dan dapat memberikan penjelasan serta pemahaman kepada nasabah dan calon nasabahnya, sehingga nasabah maupun calon nasabah nyaman menggunakan produk maupun jasa Bank Aman Syariah Sekampung. Bank Aman Syariah Sekampung juga menerima pelatihan-pelatihan dan webinar baik berupa masukan hingga arahan dalam melaksanakan

pemasaran. Hal tersebut dilakukan dalam upaya peningkatan kualitas SDM dalam melaksanakan pelayanan dan pemasaran produk.

Agar strategi Bank Aman Syariah Sekampung dapat berjalan dengan lancar dan efisien maka Bank Aman Syariah Sekampung harus mengoptimalkan lagi strategi promosi pada masyarakat terutama di desa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung dikarenakan masyarakat belum paham terhadap produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung terutama pada produk pembiayaan *mudharabah* seperti wawancara kepada masyarakat dusun 06 kecamatan sekampung sebagai berikut:

Menurut ibu Ana yang mempunyai usaha foto kopi di desa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung

“saya tidak mengetahui adanya pembiayaan *mudharabah* di bank aman syariah sekampung dikarenakan pihak Bank belum pernah melakukan sosialisasi di dusun 06 ini sehingga saya dulu untuk membuka usaha ini dengan mengajukan pinjaman di Bank BRI terdekat sini mbak.”¹³

Menurut bapak Bagong yang mempunyai usaha bengkel di desa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung

“saya belum mengetahui adanya pembiayaan *mudharabah* hanya saja saya mengetahui adanya Bank Syariah itu tidak ada bunganya saja. Dan saya juga melakukan pinjaman di Bank BRI untuk membuka usaha saya. Karena saya tidak mempunyai modal untuk membuka usaha ini.”¹⁴

¹³ Wawancara dengan ibu Ana, Selaku masyarakat desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 11 Juni 2023.

¹⁴ Wawancara dengan bapak Bagong, Selaku masyarakat desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 11 Juni 2023.

Menurut ibu Riah yang mempunyai usaha toko baju didesa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung

“saya mengetahui adanya pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung ini dari sodara saya kebetulan menjadi salah satu nasabah pembiayaan di Bank tersebut mbak. Sehingga saya tertarik juga untuk melakukan pinjaman modal di bank tersebut untuk membuka usaha toko baju saya mbak.”¹⁵

Menurut ibu Eka yang mempunyai usaha laundry didesa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung

“saya hanya tahu kalau ada Bank Syariah saja mbak kalau untuk produk-produknya saya kurang paham. Dulu saya mengajukan pinjaman di Bank BRI mbak untuk membuka usaha laundry saya ini karena saya tidak mempunyai modal pada waktu itu.”¹⁶

Menurut ibu Nita yang mempunyai usaha kelontongan didesa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung

“saya tidak paham terhadap produk yang ditawarkan bank syariah mbak dan saya juga tidak tahu kalau di Bank Syariah itu ternyata bisa mengajukan pinjaman untuk modal usaha.”¹⁷

Menurut ibu Wulan yang mempunyai usaha toko baju didesa Sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung

“saya tidak paham tentang adanya pembiayaan di Bank Syariah mbak seperti yang mbak sampaikan yaitu pada produk *mudharabah* saya hanya paham kalau di Bank Syariah itu tidak ada bunganya saja kalau untuk selebihnya saya kurang mengerti mbak.”¹⁸

¹⁵ Wawancara dengan ibu Riah, Selaku masyarakat desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 24 Februari 2024.

¹⁶ Wawancara dengan ibu Eka, Selaku masyarakat desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 11 Juni 2023.

¹⁷ Wawancara dengan ibu Nita, Selaku masyarakat desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 10 Juni 2023.

¹⁸ Wawancara dengan ibu Wulan, Selaku masyarakat desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 10 Juni 2023.

Menurut ibu Sutiyeem penjual mie ayam & bakso didesa Sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung

“saya kurang paham mbak tentang produk-produk yang ada di Bank Syariah karena saya sudah tua dan tidak bermain sosial media sehingga saya tidak mengerti tentang produk bank syariah tersebut.”¹⁹

Menurut bapak Andi yang mempunyai usaha bengkel didesa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung

“saya mengenal produk pembiayaan *mudharabah* dari anak saya mbak kebetulan dulu pernah melakukan ppl di Bank Aman Syariah Sekampung itu. Saya tertarik bergabung karena menghindari adanya riba. Saya mengajukan pembiayaan ini untuk membuka usaha saya yaitu usaha bengkel mbak. Menurut saya pelayanan yang diberikan pihak Bank Aman Syariah Sekampung sangat baik dan untuk strategi promosinya itu untuk lebih di tingkatkan lagi karena setahu saya pihak bank belum pernah melakukan sosialisasi secara langsung di dusun kami mbak.”²⁰

Menurut ibu Indun yang mempunyai usaha penjahit baju didesa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung

“saya belum pernah denger mbak tentang pembiayaan *mudharabah* ini. Dan menurut saya pihak Bank itu belum pernah melakukan sosialisasi di dusun 06 ini mbak.”²¹

Berdasarkan hasil wawancara, strategi yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung perlu dioptimalkan lagi pada bagian promosi, seperti sosialisasi secara langsung kepada masyarakat sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung. Dikarenakan masih banyak masyarakat yang

¹⁹ Wawancara dengan ibu Sutiyeem, Selaku masyarakat desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 10 Juni 2023.

²⁰ Wawancara dengan Bapak Andi, Selaku masyarakat desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 24 Februari 2024.

²¹ Wawancara dengan ibu Indun, Selaku masyarakat desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung, Pada Tanggal 10 Juni 2023.

belum paham dan mengetahui produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung ini terutama pada produk pembiayaan *mudharabah*.

C. Analisis Strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam Meningkatkan Minat Masyarakat tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah*

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dilapangan, dapat diketahui bahwa strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah* menggunakan strategi 4P seperti produk (*product*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*). Dalam strategi produk berupa jasa yang dimana dilakukan sistem jemput bola pada produk pembiayaan *mudharabah* ini. Pada strategi tempat Bank Aman Syariah Sekampung tempat sasaran utamanya yaitu hanya berfokus pada pasar untuk melakukan promosinya. Untuk strategi promosi itu menggunakan periklanan seperti membagikan brosur kepada masyarakat atau calon nasabah, menyiarkan iklan melalui radio, penjualan pribadi dengan memberikan edukasi atau pengetahuan tentang produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung. Sedangkan untuk strategi *people* (orang) pihak Bank Aman Syariah Para petugas selalu bersikap ramah dan sabar dalam melayani nasabahnya dan dapat memberikan penjelasan serta pemahaman kepada nasabah dan calon nasabahnya, sehingga nasabah maupun calon nasabah nyaman menggunakan produk maupun jasa Bank Aman Syariah Sekampung.

Strategi promosi yang dilakukan pihak Bank Aman Syariah Sekampung untuk memberikan penjelasan dan pemahaman suatu produk

terutama pada produk pembiayaan *mudharabah* diantaranya dengan cara sosialisasi, edukasi, bimbingan, dan *doorprize*/hadiah adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu proses untuk mengkomunikasikan kebudayaan baru kepada masyarakat. Sosialisasi ini merupakan elemen yang sangat penting dalam memperkenalkan sesuatu hal kepada masyarakat atau calon konsumen. Pembuatan iklan dan reklame merupakan salah bentuk sosialisasi kepada masyarakat selain sosialisasi yang dilakukan secara langsung dalam bentuk seminar, kajian dan pertemuan tatap muka lainnya.²²

2. Edukasi

Edukasi perbankan syariah terkait dengan memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat tentang fungsi, produk, layanan, dan aktivitas bisnis perbankan syariah. Pada dasarnya, masyarakat perlu mengetahui produk dan layanan Bank yang digunakan, termasuk risiko yang dihadapi. Edukasi pada Bank Syariah menjadi penting karena pengetahuan dan pemahaman masyarakat akan fungsi dan peran Bank Syariah serta produk dan layanannya masih minim atau kurang.²³

3. Bimbingan

Menurut priyatno memberikan definisi bimbingan adalah proses pemberian bantuan yang dilakukan oleh orang yang ahli kepada seorang

²² Zulfadli Nugraha Triyan Putra dan Husni Thamrin, “*Problematika dan Dinamika Perbankan Syariah Di Era Globalisasi*”, UIN Suska Riau: Jurnal Islamic Banking and Finance, Vol 5 No 1 (2022), 37-38.

²³ Ismail dkk, “*Pentingnya Edukasi Perbankan Syariah di Era Modern*”, IAIM Sinjai: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Hukum, Vol 1 No 1 (2022), 27.

atau beberapa orang individu, baik anak-anak, remaja maupun dewasa, agar yang dibimbing dapat mengembangkan kemampuan dirinya sendiri dan mandiri, dengan memanfaatkan kekuatan individu dan sarana yang ada dan dapat dikembangkan. Berdasarkan norma-norma yang berlaku.²⁴

4. *Doorprize*/hadiah

Doorprize/hadiah adalah hadiah yang diberikan pihak Bank secara cuma-cuma lewat sebuah undian karena jumlah nilai nominal tabungan selama sebulan serta transaksi yang dilakukan baik itu dalam pembayaran belanja dan lain sebagainya dan sebuah tanda kenangan. Disini Bank memberikan hadiah berupa *doorprize* bertujuan untuk menarik minat atau simpati para nasabah agar berlomba-lomba menabung sebanyak-banyaknya supaya terpilih untuk mendapat hadiah *doorprize* tersebut.²⁵

Dapat diketahui bahwa minat masyarakat pada pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung jika dilihat dari hasil wawancara pada masyarakat di desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung dari 17 responden 10 diantaranya merupakan nasabah pada Bank BRI mereka mengajukan pinjaman modal untuk membuka usahanya di Bank tersebut. 5 responden menggunakan modal pribadi sedangkan 2 responden diantaranya merupakan nasabah pada Bank Aman Syariah Sekampung. Dengan adanya strategi yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung

²⁴ Suhertina, *Dasar-dasar Bimbingan dan Konseling*, (Pekanbaru: Mutiara Pesisir Sumatra, 2014), 6.

²⁵ Lisa Andrianti Opusunggu dkk, *Pemilihan Nasabah Penerima Hadiah Doorprize*”, STIKI Indonesia:Jurnal Resistor, Vol 2 No 1 (2019), 35, 36, 40.

dengan cara promosi yang dilakukan sehingga masyarakat mengetahui tentang adanya pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung.

Di desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung ini banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung ini terutama pada produk pembiayaan *mudharabah* sehingga masyarakat banyak yang mengajukan pinjaman modal di Bank BRI untuk membuka usahanya.

Masyarakat yang membutuhkan pembiayaan untuk modal usaha kebanyakan wirausahawan terutama di desa Sumbergede dusun 06 Kecamatan Sekampung sehingga pihak Bank Aman Syariah Sekampung harus meningkatkan strategi promosinya untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk pembiayaan *mudharabah* di Bank tersebut.

Jadi strategi bank aman syariah sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah* yang paling efektif yaitu menggunakan strategi promosi. Dalam memberikan pemahaman masyarakat tentang pembiayaan *mudharabah* dengan cara sosialisasi, edukasi, bimbingan dan dorprize/hadiah, karena ke empat cara itu merupakan strategi yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung dalam memberikan pemahaman suatu produk, dikarenakan strategi promosi merupakan kunci utama dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat desa sumbergede dusun 06 kecamatan sekampung tentang produk pembiayaan *mudharabah*.²⁶

²⁶ Wawancara dengan Ade Yudha Pratama, Selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, Pada Tanggal 20 Juni 2023

Dengan adanya strategi, bauran pemasaran *marketing mix* yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung sehingga masyarakat mengetahui tentang adanya pembiayaan *mudharabah* yang ada pada Bank Aman Syariah Sekampung.

Strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah* secara keseluruhan sudah baik hanya saja perlu dioptimalkan lagi dengan cara meningkatkan strategi pemasaran pada bauran pemasaran *marketing mix* terutama pada strategi promosi (*promotion*) salah satunya melalui sosialisasi secara langsung, media *website* dan media sosial lainnya agar masyarakat mengetahui adanya pembiayaan *mudharabah* dan melakukan pinjaman modal usaha pada pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan maka dapat di ambil kesimpulan bahwa strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan minat masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah* yaitu dengan menggunakan strategi *product* (produk), *place* (tempat), *promotion* (promosi), dan *people* (orang). Bank Aman Syariah Sekampung dalam memberikan penjelasan suatu produk untuk menarik minat masyarakat melakukan pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung melalui strategi promosi dengan cara sosialisasi, edukasi, bimbingan, dan dorprize/hadiah. Dan juga melalui media sosial untuk penyebaran brosur sehingga lebih luas dalam menarik minat masyarakat maupun calon nasabahnya. Sehingga dengan strategi tersebut dapat meningkatkan nasabah pada pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung.

B. Saran

Strategi yang diterapkan Bank Aman Syariah Sekampung sudah sangat baik, hanya saja perlu mengoptimalkan strategi promosinya agar dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat umum tentang pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah Sekampung. Bank Aman Syariah Sekampung juga perlu meningkatkan promosi melalui media sosial, agar masyarakat umum dapat mengetahui dan mendapat informasi tentang Bank

Aman Syariah Sekampung melalui media sosial dan bukan hanya mendengar dari mulut ke mulut saja.

Selain itu Bank Aman Syariah Sekampung juga perlu mengadakan sosialisasi mengenai produk-produk syariah dan prinsip-prinsip syariah terutama pada pembiayaan *mudharabah* yang terdapat pada Bank Aman Syariah Sekampung dengan mengundang beberapa perwakilan masyarakat umum dari berbagai kalangan untuk mengikuti sosialisasi tersebut supaya dapat meningkatkan minat masyarakat pada pembiayaan *mudharabah*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adespa, Roni. *Pengaruh Faktor Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*. UIN Iman Bonjol Padang: Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Vol 2 No. 2 2017.
- Andrianti, Lisa Opusunggu dkk. *Pemilihan Nasabah Penerima Hadiah Doorprize*". STIKI Indonesia: Jurnal Resistor, Vol 2 No 1 2019.
- Arifin, Zaenal. *Akad Mudharabah Penyaluran Dana Dengan Prinsip Bagi Hasil*. Indramayu: Adab (CV. Adanu Abimata), 2021.
- Fitria, Tira Nur. *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*. Stie AAS Surakarta: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 01 No.2 2015.
- Halaluddin dan Hengki Wijaya. *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.
- Haryanto, Rudy. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah Teori dan Praktik*. Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2021.
- Hendriyani dkk, Eka. *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Ismail dkk. *"Pentingnya Edukasi Perbankan Syariah di Era Modern"*. IAIM Sinjai: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Hukum, Vol 1 No 1 2022.
- Junianto, A Risang. Skripsi: *Strategi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*. Metro: IAIN, 2017.
- Kintono, Novia Dwi Rahmawati dan Rizki Kurniawan Saputra. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: UPY Press, 2023.
- Nasroh, Siti Nasution. Skripsi: *Analisis Strategi Marketing Bank Syariah Mandiri dalam Meningkatkan Pemahaman BSM Implan Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Pematangsiantar*. Sumatera Utara Medan: UINSUM, 2017.
- Nugraha, Zulfadli Triyan Putra dan Husni Thamrin. *"Problematika dan Dinamika Perbankan Syariah Di Era Globalisasi"*. UIN Suska Riau: Jurnal Islamic Banking and Finance, Vol 5 No 1 2022.
- P. Adiyes Putra, Nurnasrina. *Kegiatan Usaha Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia, 2017.

- Rahim, Endang dan Roni Mohamad. *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing mix) Dalam Perspektif Syariah*. IAIN Sultan Amai Gorontalo: Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo, Vol. 2 No 1 2021.
- Rahmannisa, Maulida Zulfa. Skripsi: *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus*. Semarang: UINWS, 2018.
- Ramadhan, Muhammad. *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Slamet, Aris Widodo. *Kewirausahaan Entrepreneur Agribusiness Start Your Own Business*. Yogyakarta: Jaring Inspiratif, 2012.
- Sudiantini, Dian. *Manajemen Strategi*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2022.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Dan R&D*, cet ke-16. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suhertina. *Dasar-dasar Bimbingan dan Konseling*. Pekanbaru: Mutiara Pesisir Sumatra, 2014.
- Sulistiyo, Urip. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jambi: Salim Media Indonesia, 2019.
- Yumanita, Diana dan Ascarya. *Bank Syariah*. Jakarta: Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia, 2005.

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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0384/In.28.1/J/TL.00/02/2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Muhammad Ryan Fahlevi (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **YAYUK ISNAINI**
NPM : 1903020066
Semester : 10 (Sepuluh)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG DALAM
MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TENTANG PRODUK
PEMBIAYAAN MUDHARABAH

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 06 Februari 2024
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

OUTLINE

STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TENTANG PRODUK PEMBIAYAAN *MUDHARAABH*

HALAMAN SAMPUL

HALAMAAN JUDUL

NOTA DINAS

PERSETUJUAN

PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINAL PENELITIAN

MOTTO PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi Pemasaran
2. Bauran Pemasaran (marketing mix)
3. Tujuan Strategi Pemasaran
4. Fungsi Strategi Pemasaran
5. Langkah-langkah Strategi Pemasaran

B. Minat

1. Pengertian Minat
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

C. Pembiayaan *Mudharabah*

1. Pengertian Pembiayaan *Mudharabah*
2. Rukun Dan Syarat Pembiayaan *Mudharabah*
3. Jenis-jenis Pembiayaan *Mudharabah*
4. Dasar Hukum Pembiayaan *Mudharabah*
5. *Nisbah* Bagi Hasil *Mudharabah*

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Aman Syariah Sekampung

1. Sejarah Singkat Bank Aman Syariah Sekampung
2. Visi dan Misi Bank Aman Syariah Sekampung
3. Struktur Organisasi Bank Aman Syariah Sekampung
4. Produk dan Jasa Bank Aman Syariah Sekampung

B. Strategi Bank Aman Syariah Sekampung Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah*

C. Analisis Strategi Bank Aman Syariah Sekampung Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan *Mudharabah*

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

Pembimbing



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP. 199208292019031007

Metro, 31 Juli 2023
Mahasiswa Ybs.



Yayuk Isnaini
NPM. 1903020066

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG DALAM
MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TENTANG PRODUK
PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*

A. Wawancara (*Interview*)

1. Wawancara dengan Direktur Bank Aman Syariah Sekampung
 - a. kapan bank aman syariah sekampung mulai beroperasi?
 - b. Produk apa saja yang ada di bank aman syariah sekampung?
 - c. Terkait dengan pembiayaan *mudharabah* apakah bank aman syariah sekampung sudah melakukan strategi untuk menarik minat masyarakat pada pembiayaan *mudharabah*?
 - d. Berapakah jumlah nasabah pada pembiayaan *mudharabah* pada bank aman syariah sekampung?
2. Wawancara dengan Account Officer Bank Aman Syariah Sekampung
 - a. Strategi apa yang digunakan oleh pihak bank aman syariah sekampung agar masyarakat umum berminat menjadi nasabah pada pembiayaan *mudharabah*?
 - b. Strategi mana yang paling efektif yang perlu ditingkatkan agar masyarakat umum tertarik pada pembiayaan *mudharabah*?
 - c. Apakah sosialisasi tentang pembiayaan *mudharabah* sudah dilakukan oleh bank aman syariah sekampung?
 - d. Bagaimana cara bank aman syariah sekampung dalam melakukan promosi terhadap pembiayaan *mudharabah*?

3. Wawancara dengan Masyarakat Umum Desa Sumbergede Dusun 06
Kecamatan Sekampung
- a. Apakah anda mengetahui tentang adanya bank syariah?
 - b. Apakah anda mengetahui tentang pembiayaan *mudharabah* di bank aman syariah sekampung?
 - c. Apakah anda memiliki pembiayaan atau investasi selain di bank aman syariah sekampung?
 - d. Apakah promosi dan pelayanan dapat mempengaruhi minat anda di bank aman syariah sekampung?

Pembimbing



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP. 199208292019031007

Metro, 31 Juli 2023
Mahasiswa Ybs.



Yayuk Isnaini
NPM. 1903020066



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0337/In.28/J/TL.01/02/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
Direktur Bank Aman Syariah
Sekampung
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **YAYUK ISNAINI**
NPM : 1903020066
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syaria`ah
Judul : Strategi Bank Aman Syariah Sekampung dalam
Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Produk
Pembiayaan Mudharabah

untuk melakukan prasurvey di Bank Aman Syariah Sekampung, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

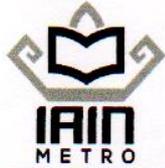
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Metro, 16 Februari 2023
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2309/In.28/D.1/TL.00/06/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
DIREKTUR BANK AMAN SYARIAH
SEKAMPUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2310/In.28/D.1/TL.01/06/2023,
tanggal 23 Juni 2023 atas nama saudara:

Nama : **YAYUK ISNAINI**
NPM : 1903020066
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TENTANG PRODUK PEMBIAYAAN MUDHARABAH".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 23 Juni 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



Lampung Timur, 17 Oktober 2023
No. : 054-3/SDI.U-BAS/2023
Lampiran : -

Kepada Yth.
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo
Kota Metro

Perihal : **Pemberian Izin Research**

Ref : Surat Nomor B-2309/In.28/D.1/TL.00/06/2023 tanggal 23 Juni 2023 perihal Izin Research

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga kita senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. *Aamiin yaa Robbal'alamin.*

Menunjuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami beritahukan bahwa kami menyetujui permohonan izin research di BPRS Aman Syariah dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, atas nama Saudara:

Nama : Yayuk Isnaini
NPM : 1903020066
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syari'ah
Judul : Strategi Bank Aman Syariah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan Mudharabah

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. BPRS AMAN SYARIAH
Kantor Pusat

Gesang Bayu Wiringsih
Kabag SDI & Umum



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

NPP: 1807062F0000001

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1137/In.28/S/U.1/OT.01/09/2023**

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

Nama : YAYUK ISNAINI

NPM : 1903020066

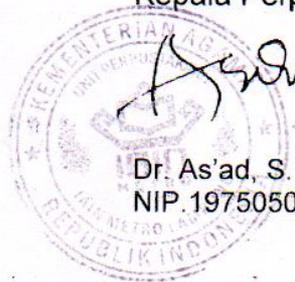
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022/2023 dengan nomor anggota 1903020066

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 26 September 2023
Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Yayuk Isnaini
NPM : 1903020066
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Bank Aman Syariah Sekampung Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan Mudharabah** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 28 November 2023
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yayuk Isnaini

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 1903020066

Semester / T A : IX/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	25-mei - 2023	A. Lom : Fokus ke bauran Pemasaran B. Teori : 1. Strategi Pemasaran bank 2 halaman a. Bauran Pemasaran : Produk, harga, dan lain-lain (7P). 2. Minda : 3 halaman dan kaitkan dengan isi bauran Pemasaran 3. Produknya : 3 halaman dan keunggulan dari produk ini secara teori C. Metode Pada wawancara Sebutkan jenis wawancaranya yaitu bebas terpimpin dan nama-nama informannya.	

Dosen Pembimbing

Selvia Nuriasari, M.E.I

NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

Yayuk Isnaini

NPM. 1903020066



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yayuk Isnaini

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 1903020066

Semester / T A : IX/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	5 Juni 2023	<ul style="list-style-type: none">• Skripsi, bukan Proposal• Di latar belakang : masukan data tentang pertumbuhan bukan jumlah nasabah pada produk tersebut sebelum 6 bulan terakhir.• Teori tentang minat masukan agama ke latar belakang dalam faktor internal dan faktor pemasaran ke dalam faktor eksternal	
	15 Juni - 2023	<ol style="list-style-type: none">1. Nama dan gelar wajib lengkap2. cover ganti ke cover skripsi	

Dosen Pembimbing

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

Yayuk Isnaini
NPM. 1903020066



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yayuk Isnaini

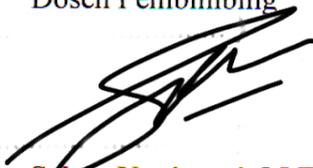
Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 1903020066

Semester / T A : IX/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19 Juni 2023	acc arf dan outline	

Dosen Pembimbing



Servia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,



Yayuk Isnaini
NPM. 1903020066



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yayuk Isnaini

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 1903020066

Semester / T A : IX/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26 Juli- 2023	<ol style="list-style-type: none">1. Produk : bukan mutu karena mutu itu barang yang kelebihan yg ditonjolkan dari produk tersebut apa.2. Harga : harga disini diularkan apa saja seperti biaya adm.3. tempat : tempat mereka menjual produknya dimana saja & mengapa4. Promosi : pakai alat promosi apa saja dan mengapa5. people : tentang kualifikasi dan kompetensi sdm dalam memasarkan produk tersebut di bar.6. proses : jelaskan proses dan lamanya proses tersebut dan bagaimana bar memasarkan agar masyarakat berminat.7. Bukti fisik : apa saja dan mengapa. <p>Analisa : melihat hsi di lapangan, apakah sesuai dg teori atau tidak.</p>	

Dosen Pembimbing

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

Yayuk Isnaini
NPM. 1903020066



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yayuk Isnaini

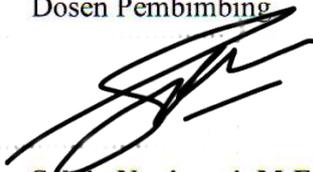
Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 1903020066

Semester / T A : IX/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	31 Juli 2023	Acc Skripsi. Lanjut sidang revisi	

Dosen Pembimbing



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,



Yayuk Isnaini
NPM. 1903020066

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Direktur Bakap Sugiyanto



Wawancara dengan Usaha Kelontongan



Wawancara dengan Usaha Foto Kopi



Wawancara dengan Usaha Ayam Geprek



Wawancara dengan Usaha Bengkel



Wawanacara dengan Usaha Laundry



Wawancara dengan Usaha Kelontongan



Wawancara dengan Usaha Toko Baju



Wawancara dengan Usaha Mie Ayam dan Bakso



Wawancara dengan Usaha Penjahit Baju



Wawancara dengan Usaha Toko Elektronik



Wawancara dengan Usaha Konter Pulsa



Wawancara dengan Usaha Kelontongan



Wawancara dengan Usaha Pangkas Rambut/salon



Wawancara dengan Usaha Budidaya Ikan Lele



Wawancara dengan Budidaya Ikan Lele



Wawancara dengan usaha toko baju

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Yayuk Isnaini merupakan anak kedua dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Suyamto dan Ibu Muntarom. Peneliti dilahirkan di Sumber Rahayu pada tanggal 08 Oktober 2001.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti meliputi SD Negeri Sumber Rahayu dan lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 1 Belitang III dan lulus pada tahun 2016, selanjutnya Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Belitang III dan lulus pada tahun 2019.

Tahun 2019 peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro mengambil Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) melalui jalur SPAN-PTKIN dimulai pada semester 1 (satu) Tahun Ajaran (TA) 2019-2020 dan menyelesaikan pendidikan tersebut dengan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada semester ganjil Tahun Ajaran (TA) 2023/2024.