

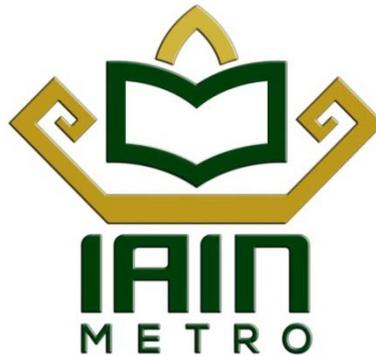
TUGAS AKHIR

STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN DAN TABUNGAN PADA BPRS METRO MADANI KC. TULANG BAWANG BARAT

Oleh:

FEBRI SETIAWAN

NPM. 14122778



Program Diploma III Perbankan Syari'ah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1440 H / 2018 M

**STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN DAN
TABUNGAN PADA BPRS METRO MADANI
KC. TULANG BAWANG BARAT**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)

Oleh:

FEBRI SETIAWAN

NPM. 14122778

Dosen Pembimbing: Elfa Murdiana, M.Hum

Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1440 H / 2018 M

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : STRETEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN DAN
TABUNGAN PADA BPRS METRO MADANI KC.
TULANG BAWANG BARAT

Nama : FEBRI SETIAWAN

NPM : 14122778

Program : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

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

Metro, 15 Oktober 2018

Dosen Pembimbing,



Elfa Murdiana, M.Hum.

NIP. 198012062008012010



**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.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR
No: 0021/In.28.3/P/PP.00.9/01/2019

Tugas Akhir dengan judul: STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN DAN TABUNGAN PADA BPRS METRO MADANI KC. TULANG BAWANG BARAT, disusun oleh Nama: FEBRI SETIAWAN, NPM: 14122778, Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah, telah diujikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin/22 November 2018, Kampus II (E7.I.2).

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua/Moderator : Elfa Murdiana, M.Hum.

Penguji I : Hermanita, MM.

Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy.

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

NIP. 19720923 200003 2 002

STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN DAN TABUNGAN PADA BPRS METRO MADANI

KC. TULANG BAWANG BARAT

ABSTRAK

Oleh:

FEBRI SETIAWAN

Tugas Akhir ini dari hasil analisis dan observasi penulis mengenai mengenai bagaimana “Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan dan Tabungan Pada BPRS Metro Madani Tulang Bawang Barat”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah strategi promosi yang digunakan oleh BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat untuk meningkatkan nasabah pembiayaan dan tabungan ?

Bank perlu mengupayakan strategi promosi yang tepat untuk dalam menarik minat nasabah dalam bentuk pembiayaan maupun tabungan di BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya tentang keilmuan lembaga keuangan syariah untuk masyarakat umum yang belum mengetahui apa itu bank syariah. Secara praktis penelitian ini bermanfaat sebagai gambaran serta evaluasi bank syariah dalam menerapkan strategi promosinya.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan terbagi menjadi sumber data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif.

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat menggunakan beberapa macam strategi promosi antara lain *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan perorangan), *sales promotion* (promosi penjualan), *public relation* (hubungan masyarakat). Dari beberapa macam strategi promosi tersebut, dapat dikatakan bahwa telah berhasil dalam meningkatkan minat nasabah pembiayaan dan tabungan. Namun, promosi harus lebih sering dilakukan dan ditingkatkan agar produk tersebut dapat diketahui serta dikenal masyarakat luas.

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Febri Setiawan
NPM : 14122778
Program : Diploma III Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 15 Oktober 2018

Yang Menyatakan,



Febri Setiawan
NPM. 14122778

MOTTO

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu.....”. (Q.S. Ali-Imran: 159)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), h. 56

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur Ananda persembahkan Tugas Akhir ini kepada:

1. Kedua orangtua ku, dan adikku tercinta yang selama ini selalu memberikan do'a, motivasi, demi keberhasilan Ananda.
2. Dosen Pembimbing, Ibu Elfa Murdiana M.Hum. yang memberikan bimbingan dan motivasi yang sangat berharga dalam menyusun Tugas Akhir ini.
3. Teman-teman di IAIN Metro se-angkatan 2014 Jurusan Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah yang selalu memberikan semangat dan do'a. Serta teman-teman lainnya yang selalu mendukung untuk keberhasilanku agar tidak pantang menyerah.

Terima kasih saya ucapkan atas keikhlasan dan ketulusannya dalam memberi motivasi, semangat, kasih sayang dan doanya untuk saya. Semoga kita semua termasuk orang-orang yang dapat meraih kesuksesan dan kebahagiaan dunia akhirat. Aamiin

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya, Shalawat serta salam saya panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Dan Tabungan Pada BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat”. Sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Metro guna memperoleh gelar A.Md.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj Enizar, M.Ag, selaku Retor IAIN Metro.
2. Ibu Dr.Hj. Widhiya Ninsiana, M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Islam IAIN Metro.
3. Ibu Zumaroh, M.E.Sy. Selaku Kaprodi Program Studi Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah IAIN Metro.
4. Bapak Wawan Trans Pujianto, M.Kom. Selaku Dosen Pembimbing Lapangan.
5. Ibu Elfa Murdiana, M.Hum. Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
6. Bapak Asep Triyanto selaku Kepala Pimpinan, serta karyawan BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat. Yang telah memberikan izin dan

membantu dalam penelitian, serta meluangkan waktunya untuk memberikan informasi tentang penelitian ini.

7. Kepada kedua orang tua saya yang telah merawat, mendidik, mendukung, dan mendoakan untuk keberhasilan ini. Serta adikku tercinta yang memberi semangat dalam mencapai keinginan.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Peneliti berharap semoga tugas akhir ini dapat memberi manfaat dan pengetahuan. Serta wawasan yang semakin luas bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Metro, 15 Oktober 2018

Penulis



Febri Setiawan
NPM. 14122778

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Metode Penelitian.....	5
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Strategi Promosi.....	11
1. Pengertian Strategi Promosi.....	11
2. Tujuan dan Fungsi Strategi Promosi.....	12

3. Macam-macam Strategi Promosi.....	13
4. Fasilitas Pendukung Strategi Promosi	19
B. Minat Nasabah	20
1. Pengertian Minat Nasabah.....	20
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah.....	21
3. Perilaku Nasabah	23
C. Pembiayaan dan Tabungan	25
1. Pembiayaan.....	25
2. Tabungan	29
BAB III PEMBAHASAN	33
A. Deskriptif Lokasi Penelitian BPRS. Metro Madani	33
1. Sejarah Tentang BPRS. Metro Madani.....	33
2. Visi dan Misi.....	34
3. Struktur Organisasi Kepengurusan	34
4. Produk Pembiayaan dan Tabungan di BPRS Metro Madani	36
B. Strategi Promosi di BPRS Metro Madani	42
C. Analisis Strategi Promosi di BPRS Metro Madani	45
BAB IV PENUTUP	47
A. Kesimpulan	47
B. Saran	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	42
Tabel 4.2	43
Tabel 4.2	43
Tabel 4.4	44

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Tugas Akhir
2. Alat Pengumpul Data (APD)
3. Surat Keterangan Bebas Pustaka
4. Brosur Pembiayaan dan Tabungan
5. Slip Aplikasi Pemindahbukuan
6. Slip Aplikasi Transfer
7. Slip Bukti Penarikan Tabungan
8. Slip Aplikasi Pembukaan Rekening Tabungan / Deposito
9. Kartu Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Bank syariah mempunyai tugas penting dalam segala aspek kehidupan masyarakat dalam usaha menyalurkan pembiayaan kepada nasabah, agar usaha yang dilakukan berkembang dan mendapatkan keuntungan, dalam melaksanakan seluruh sistem operasional.² Bank konvensional maupun bank syariah menjalankan kegiatan usahanya dengan menawarkan berbagai macam produk. Produk yang ditawarkan oleh suatu bank kepada nasabah diharapkan dapat mampu diminati dan dipercaya oleh nasabah terutama produk-produk pada bank syariah yang prinsipnya berlandaskan keislaman.³ Dalam perbankan syariah nasabah adalah suatu aset yang harus dijaga, dirawat, dan dipertahankan. Nasabah juga dapat dikatakan sebagai konsumen, konsumen adalah pengguna barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain. Sedangkan nasabah adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kerjasama dalam bentuk keuangan. Jadi konsumen dan nasabah adalah seseorang yang sama-sama menggunakan produk dan mendapat pelayanan. Dalam bank syariah juga perlu penerapan prinsip mengenal nasabah sebagai salah satu upaya untuk mencegah agar tidak terjadi kemacetan saat bank melakukan penyaluran pembiayaan. Serta perlu

² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), Ed. rev, cet. 10. h 105

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) h.169

didukung dengan adanya pengelolaan nasabah dalam melakukan penyaluran pembiayaan agar dapat lebih optimal dan mengurangi terjadinya risiko. Pengelolaan nasabah adalah proses pelaksanaan meliputi cara mengembangkan serta mempertahankan nasabah dengan baik.⁴

Sasaran pengembangan perbankan syariah agar terpenuhinya prinsip syariah dalam operasional perbankan dengan tersusunnya norma-norma keuangan syariah, dan terwujudnya mekanisme kerja yang efisien bagi pengawasan prinsip syariah dalam operasional perbankan, baik instrumen maupun badan terkait. Dengan diterapkannya prinsip kehati-hatian dalam operasional perbankan maka pengaturan dan pengawasan berbasis resiko yang sesuai dengan karakteristiknya dan didukung oleh sumber daya manusia yang baik dalam segi kualitas.⁵

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah pada Bab 1 pasal 1 dan ayat 7 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁶ Dengan tumbuh pesatnya bank syariah maka bank juga membutuhkan SDM yang unggul dan manajemen yang mampu bersaing dengan bank lainnya. Bank juga mempunyai fungsi untuk menghimpun dana (*funding*) dan menyalurkan dana (*lending*), selain itu juga menjalankan bisnis dalam bidang jasa.

⁴ <http://digilib/strategi/pengelolaan/nasabah.ac.id> diunduh pada tanggal 17 Juli 2018

⁵ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2008), h. 9.

⁶ Irham Fahmi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 21

Bank syariah dibedakan atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Yang membedakan dari keduanya adalah ada atau tidaknya pemberian jasa dalam lalu lintas pembayaran dalam kegiatan operasionalnya (misalnya : transfer dan kliring), dimana pada Bank Umum Syariah terdapat layanan jasa tersebut sedangkan BPRS tidak.

Lembaga perbankan menjadi aspek yang diatur dalam syariah islam dalam bermuamalah sebagai bagian yang mengatur hubungan sesama manusia. BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat merupakan salah satu lembaga perbankan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dan mengacu kepada ketentuan Al-Quran dan Al-Hadist, melalui produk-produk yang ditawarkan BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat sumpanan wadi'ah, sewa menyewa (ijarah), jual beli (musyarakah), pegadaian barang (Rahn), simpanan mudharabah dan pembiayaan murabahah (jual beli). Untuk menawarkan produk pembiayaan dan tabungan bagi para nasabah agar setiap produk tersebut dapat dikenal dan dimengerti oleh masyarakat luas. Serta syarat-syarat apa saja yang diperlukan untuk pengajuan pembiayaan dan pembukaan tabungan di BPRS Metro Madani yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, penulis ingin mengkaji tentang STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN DAN TABUNGAN PADA (BPRS METRO MADANI KC. TULANG BAWANG BARAT).

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian tugas akhir yaitu: “Apakah strategi promosi yang digunakan oleh BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat untuk meningkatkan nasabah pembiayaan dan tabungan” ?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan dan tabungan di BPRS Metro Madani kantor cabang Tulang Bawang Barat.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya keilmuan Lembaga Keuangan Syariah serta masyarakat umum yang belum mengenal apa itu bank syariah. Khususnya mengenai strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan dan tabungan di BPRS Metro Madani kantor cabang Tulang Bawang Barat.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada penulis serta Lembaga Keuangan Syariah mengenai praktek perbankan khususnya pada strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah

pembiayaan dan tabungan di BPRS Metro Madani kantor cabang Tulang Bawang Barat.

D. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah dengan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan.⁷ Maksud dari pengertian penelitian tersebut mempelajari tentang strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan dan tabungan di BPRS Metro Madani kantor cabang Tulang Bawang Barat.

Sifat dalam penelitian ini adalah dengan deskriptif kualitatif. Secara harfiah penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud membuat pembedaan (*deskripsi*) mengenai situasi atau kejadian.⁸ Sedangkan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang sangat menekankan pada perolehan data asli atau *natural condition*. Dalam penelitian kualitatif penelitian akan dihadapkan langsung pada responden, maupun lingkungan yang sedemikian intensif sehingga peneliti dapat menangkap dan merefleksikan dengan cermat apa yang diucapkan dan dilakukan oleh responden. Adapun deskriptif kualitatif dalam penelitian ini adalah memberikan gambaran dan keterangan-keterangan atau penjelasan

⁷ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja, 2009), h. 26

⁸ Sumadi Suryabarata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011),

mengenai strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan dan tabungan di BPRS Metro Madani kantor cabang Tulang Bawang Barat.

2. Sumber data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.⁹

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹⁰ Maka sumber data primer adalah responden yang memberikan informasi terkait dengan objek penelitian secara langsung di lokasi penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah bagian AO (*Account office*) dan *Marketing* di BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat. Sedangkan data utamanya adalah informasi dari responden dalam bentuk catatan tertulis.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder adalah dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, sms, dan lain-lain), foto-foto, film, rekaman video, benda-benda dan lain-lain yang

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 172.

¹⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.376.

dapat memperkaya data primer.¹¹ Sedangkan untuk data yang terkait dengan penelitian adalah hasil wawancara dengan responden, brosur-brosur yang berkaitan dengan produk pembiayaan dan tabungan yang ada di BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi langsung dalam bentuk tanya jawab selama hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata yang verbal. Karena itu, wawancara tidak hanya menangkap perasaan, pengalaman, emosi, yang dimiliki oleh responden yang bersangkutan.¹² Terkait dengan penelitian ini, peneliti mewawancarai bagian pembiayaan dan pembukaan tabungan yaitu AO (*Account Office*) dan *Marketing* dengan pedoman wawancara semi terstruktur, yaitu dengan pedoman wawancara berupa pertanyaan yang disusun secara sistematis dan juga bebas menanyakan hal-hal yang terkait dengan penjelasan yang telah dipaparkan.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, h. 22.

¹² W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2002), h. 119.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis.¹³ Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian berupa dokumen, meliputi dokumen yang berbentuk tulisan maupun dokumen yang berbentuk gambar.¹⁴ Teknik ini peneliti gunakan untuk memperoleh keterangan mengenai lokasi penelitian yakni di BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat, melalui dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen yang dikumpulkan dapat berupa lembaran sejarah, visi, misi, brosur, struktur organisasi di BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat dan lain sebagainya.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.¹⁵

Berdasarkan penjelasan diatas maka analisis data dalam penelitian ini adalah jenis penelitian *kualitatif*.¹⁶ Analisis data *kualitatif* merupakan

13 Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), cet.2, h. 152.

14 Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen.*, h. 396.

15 Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif.*, h. 248.

16 W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, h. 120

upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat diolah atau dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹⁷ Untuk menganalisis data tersebut, peneliti menggunakan cara berfikir *induktif* yaitu pengembangan konsep yang didasarkan atas data yang ada, peristiwa-peristiwa yang kongkrit, kemudian dari fakta-fakta yang khusus ditarik menjadi generalisasi-generalisasi yang memiliki sifat umum.¹⁸ Dari data-data yang diperoleh peneliti melalui wawancara dan dokumentasi, kemudian ditarik kearah kesimpulan untuk mengetahui bagaimana meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan dan tabungan di BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam tugas akhir ini disusun kedalam empat bab yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pembahasan mengenai latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

¹⁷ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 248

¹⁸ Sutrisno Hadi, *Metode Reseach Untuk Paper, Skripsi, Tesis, Disertasi*, (Universitas Gajah Mada: 1994), h. 42

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan tentang penjelasan strategi promosi, tujuan dan fungsi strategi promosi, pengertian pembiayaan dan tabungan.

BAB III PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran umum perusahaan atau profil perusahaan dan mengenai analisis strategi promosi untuk mempromosikan produk pembiayaan dan tabungan. Pada bab ini merupakan pembahasan yang diperoleh dari hasil penelitian.

BAB IV PENUTUP

Bab ini menyajikan tentang kesimpulan dan saran yang dihasilkan dari analisis dari pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Promosi

1. Pengertian Strategi Promosi

Strategi promosi terbagi menjadi dua kata yaitu strategi dan promosi. Menurut *Kenneth R. Andrews*, strategi adalah suatu proses pengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.¹⁹

Menurut *Philip Kotler* dan *Gary Armstrong*, promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.²⁰ Promosi merupakan salah satu bagian dari *marketing mix* yang digunakan untuk mengadakan komunikasi dengan pasar yang bertujuan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk barang ataupun jasa yang ditawarkan perusahaan.²¹ Sebaik-baiknya produk yang ditawarkan produsen, apabila tidak diketahui secara luas oleh calon konsumen maka produk tersebut tidak akan mengalami penjualan yang maksimal. Tanpa promosi, sebaik apapun barang yang dimiliki oleh

¹⁹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rienika Cipta, 2000), h.339.

²⁰ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Diterjemahkan Oleh Bob Sabran, Judul asli *Principles Of Marketing*, (Jakarta : Erlangga, 2006), h. 63.

²¹ *Ibid*, h. 215.

perusahaan tidak akan pernah dikenal oleh masyarakat atau calon konsumen.

Freddy Rangkuti mendefinisikan promosi sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa kepada para perantara atau pemakainya langsung, biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu.²²

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa pengertian strategi promosi adalah serangkaian teknik yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan produk, mengenalkan produk dan kemudian menggugah minat konsumen untuk membeli dan memakai produknya.

2. Tujuan dan Fungsi Strategi Promosi

Menurut *Terence A. Shimp*, strategi promosi memiliki tujuan serta fungsi yang sangat penting bagi perusahaan, yaitu sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi, promosi membuat konsumen mengetahui informasi dari produk-produk.
- b. Membujuk, media promosi yang bagus akan mampu membujuk konsumen untuk mencoba dan membeli produk yang ditawarkan.
- c. Mengingat, promosi dapat menjaga agar merk produk tetap diingat para konsumen.²³

²² Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), h. 177.

²³ Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi*, (Jakarta: Erlangga, 2000), h. 7.

Zen Abdurrahman mengungkapkan, pada dasarnya tujuan dan fungsi strategi promosi meliputi beberapa hal, yaitu:

- a. Menyebarkan informasi terkait dengan produk yang ditawarkan dan harga produk tersebut.
- b. Mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.
- c. Menarik konsumen pesaing untuk beralih pada produk yang ditawarkan.
- d. Mengingatkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.²⁴

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat diketahui bahwa tujuan dari promosi adalah untuk mengenalkan produk secara rinci pada konsumen mengenai produk yang ditawarkan, kemudian menarik minat konsumen untuk memakai produk yang tersebut untuk meningkatkan penjualan.

3. Macam-Macam Strategi Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan, merupakan penggunaan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan bauran promosi (*promotion mix*) yang terdiri dari

²⁴ *Zen Abdurrahman, Strategi Genius Marketing Ala Rasulullah*, (Yogyakarta: DIVA Press, 2011), h. 117.

advertising (periklanan), *personal selling* (penjualan perorangan), *sales promotion* (promosi penjualan) dan *publicity* (publisitas).²⁵

Setelah kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk para calon pembeli dan langganan untuk melakukan pembelian atau pemakaian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen. Adapun macam-macam promosi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

a. *Advertising* (periklanan)

Advertising atau periklanan merupakan cara untuk mempromosikan barang, jasa atau gagasan/ide yang dibiayai oleh sponsor yang dikenal, dalam rangka untuk menarik minat calon konsumen dunia melakukan pembelian, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dari perusahaan yang bersangkutan.²⁶

Sejalan dengan tujuan tersebut, fungsi dan *advertising* dalam pemasaran bank adalah:

- 1) Sebagai alat untuk memberi informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank. Seperti peluncuran produk baru atau informasi lainnya. Iklan juga bertujuan untuk memberitahukan tentang pembukaan cabang baru, atau penggunaan teknologi baru dalam memperkenalkan produk baru kepasar.

²⁵ Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 109.

²⁶ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h.247.

- 2) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah. Diharapkan mereka mencoba untuk menggunakan produk yang di tawarkan atau paling tidak mereka sudah mengerti tentang kehadiran produk tersebut.²⁷
- 3) Untuk membantu ekspansi atau perluasan pasar.²⁸
- 4) Untuk menunjang program *personal selling*.²⁹
- 5) Untuk membentuk nama baik perusahaan.³⁰

b. *Personal selling* (Penjualan Perorangan)

Menurut *Gregorius Chandra* menyatakan *personal selling* adalah menekankan aspek penjualan melalui proses komunikasi *person to person* (orang per-orang). Peranan *personal selling* cenderung bervariasi antar perusahaan, tergantung pada sejumlah faktor seperti karakteristik produk/jasa yang dipasarkan, dan tipe industri. *Personal selling* memainkan peranan dominan dalam perusahaan industrial. Kendati demikian *personal selling* merupakan komponen integral dalam komunikasi pemasaran terintegrasi dan bukan merupakan substitusi bagi unsur bauran promosi lainnya.³¹ *Personal selling* merupakan penyajian secara lisan oleh perusahaan kepada satu atau beberapa calon pembeli dengan tujuan

²⁷ Irwan Royansyah, *Strategi Promosi Produk Bank* pada www.irwanroyansyah.blogspot.co.id diunduh 15 Juni 2018

²⁸ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h.247.

²⁹ *Ibid*, h.248.

³⁰ *Ibid*, h.249.

³¹ *Gregorius Chandra, Strategi dan Program Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi 2002), h. 208.

agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat terjual.³² Dalam *Personal selling* terdapat kontak pribadi secara langsung antara penjual dan pembeli, sehingga dapat menciptakan komunikasi dua jalur antara pembeli dan penjual. Disamping menjelaskan atau memberitakukan tentang produk dan membujuk (merayu/menggugah) calon pembeli, *personal selling* juga menampung keluhan dan saran dari para pembeli, sebagai umpan-balik bagi perusahaan.

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam hingga pejabat bank. Secara khusus *personal selling* juga dilakukan melalui perekrutan tenaga-tenaga salesman dan salesgirl untuk melakukan penjualan *door to door*.³³

Penjualan *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bank yaitu, antara lain:

- 1) Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
- 2) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain.

³² Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h. 251.

³³ Irwan Royansyah, *Strategi Promosi Produk Bank* pada www.irwanroyansyah.blogspot.co.id diunduh 15 Juni 2018

- 3) Petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumen.
- 4) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
- 5) Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah apabila pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
- 6) Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan dan menanggapi bank.³⁴

c. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Menurut *Rambat Lupioadi*, *sales promotion* adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai ke penjualan akhirnya.³⁵ Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik minat nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon atau sample produk. Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

³⁴ Irwan Royansyah, *Strategi Promosi Produk Bank* pada www.irwanroyansyah.blogspot.co.id diunduh 15 Juni 2018

³⁵ Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, h. 110.

- 1) Pemberian bunga atau nisbah bagi hasil khusus untuk jumlah dana yang relatif besar.
- 2) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- 3) Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.
- 4) dan promosi penjualan lainnya.³⁶

d. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Menurut *Gregorius Chandra*, *public relation* merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi demi kepentingan publik, dan melaksanakan program aksi dan komunikasi untuk membentuk pemahaman publik. Yang dimaksud dengan public dalam konteks ini adalah semua kelompok yang memiliki kepentingan atau dampak aktual maupun potensial pada kemampuan perusahaan dalam menggapai tujuannya.³⁷

Kegiatan *publisitas* dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Oleh karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi. Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah baru. Kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui:

³⁶ Irwan Royansyah, *Strategi Promosi Produk Bank* pada www.irwanroyansyah.blogspot.co.id diunduh 15 Juni 2018

³⁷ Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran*, h. 205.

- 1) Ikut pameran
- 2) Ikut kegiatan amal
- 3) Ikut bakti sosial
- 4) Sponsor kegiatan.

4. Fasilitas Pendukung Strategi Promosi

Tanpa adanya fasilitas, strategi promosi tidak akan berjalan secara maksimal. Strategi promosi dapat menggunakan beberapa fasilitas dari media yang ada. Fasilitas-fasilitas strategi promosi tersebut antara lain media telekomunikasi, media internet, brosur, surat kabar dan lain-lain.³⁸ Fasilitas-fasilitas tersebut tidak akan dapat berjalan tanpa adanya fasilitas pendukung. Fasilitas pendukung dalam strategi promosi antara lain:

a. Telepon

Telepon merupakan alat yang digunakan untuk komunikasi secara langsung.³⁹ Lewat telepon perusahaan dapat menggunakan dapat menggunakannya sebagai alat untuk strategi promosi. Seperti untuk fasilitas personal selling, untuk berkomunikasi dengan publik, dan lain-lain.

b. Komputer

Komputer merupakan sarana yang digunakan untuk mengelola data, memakai aplikasi komputer adalah salah satu sarana untuk dapat

³⁸ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, h. 320.

³⁹ Maryono, *Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Jakarta: Yudhistira Ghalia Indonesia, 2002), h. 10.

terhubung ke internet.⁴⁰ Strategi promosi dapat diolah didalam komputer dengan menggunakan aplikasi yang menarik. Salah satunya yaitu pembuatan brosur atau selebaran.

c. Jaringan Internet

Jaringan internet merupakan jaringan yang dapat menghubungkan komputer atau handphone ke dalam internet. Setelah terhubung komputer ataupun handphone dapat browsing di internet.⁴¹ Beberapa perusahaan memakai internet sebagai salah satu strategi promosinya. Strategi promosi di internet biasanya berbentuk blog, web, atau iklan-iklan di beberapa halaman internet.

B. Pembiayaan dan Tabungan

1. Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Bank syariah menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan. Sifat pembiayaan bukan merupakan piutang, tetapi merupakan investasi yang diberikan bank kepada nasabah dalam melakukan usaha.

Berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat

⁴⁰ *Ibid*, h. 12.

⁴¹ *Ibid*, h. 37.

dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁴²

Pembiayaan adalah penyedia uang atau tagihan dan 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.⁴³

Adapun jenis pembiayaan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli (Ba'i)

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual, transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan untuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yaitu

b. Pembiayaan Murabahah

Murabahah, yang bersal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*). Jadi pembiayaan murabahah adalah pembiayaan jual beli dimana penyerahan barang dilakukan diawal akad. Bank menetapkan harga jual barang yaitu harga pokok

⁴² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 105-106

⁴³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) h. 85.

perolehan barang ditambah sejumlah margin keuntungan bank. Harga jual telah disepakati diawal akad tidak boleh berubah selama jangka waktu pembiayaan.

c. Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara sementara pembayaran dilakukan secara tunai. Bank Bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti. Jadi pembiayaan salam adalah pembiayaan jual beli dimana yang diperjual belikan belum ada. Pembayaran barang dilakukan di depan oleh bank namun penyerahan barang nasabah dilakukan secara tangguh karena memerlukan waktu untuk proses pengadaan. Lazimnya, setelah barang tersebut diserahkan kepada bank maka bank akan menjualnya kepada pembeli yang telah memesan sebelumnya.

d. Pembiayaan Istishna

Produk istishna menyerupai produk salam, akan tetapi dalam istishna pembayarannya dapat dilakukan beberapa kali pembayaran. Istishna dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembayaran manufaktur dan konstruksi. Jadi pembiayaan istishna adalah pembiayaan jual beli yang polanya sama dengan pembiayaan salam, namun berbeda dalam pola pembayarannya. Bila salam

pembayarannya dilakukan di awal akad, maka pembayaran istishna dilakukan secara bertahap sesuai kesepakatan.⁴⁴

e. Prinsip sewa (ijarah)

Transaksi Ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat, jadi pada dasarnya sama dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, sedangkan Ijarah objek transaksinya adalah jasa. Transaksi ini dibagi berdasarkan 2 (dua) bentuk, yaitu:

1) Ijarah

Ijarah adalah akad sewa-menyewa barang atau jasa antara pemilik objek sewa dan penyewa

2) Ijarah Muntahiya Bittamlik

Ijarah Muntahiya Bittamlik adalah akad sewa-menyewa barang atau jasa dimana barang atau jasa yang disewakan dapat dimiliki oleh penyewa pada akhir masa sewa

f. Prinsip Bagi Hasil (Syirkah)

Produk pembiayaan syariah yang berdasarkan atas prinsip bagi hasil adalah:

1) Pembiayaan Musyarakah

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah musyarakah (syirkah atau syarikah). Transaksi Musyarakah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerjasama untuk meningkatkan nilai

⁴⁴ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), Eds, 3, h. 100.

aset yang mereka miliki bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Jadi Pembiayaan Musyarakah adalah pembiayaan bagi hasil ketika dua pihak atau lebih pengusaha pemilik modal atau dana bekerja sebagai mitra usaha membiayai investasi usaha baru atau yang sudah berjalan.

2) Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah adalah bentuk kerjasama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (shahibul Maal) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerjasama dalam paduan kontribusi 100% modal kas dari shahib al-maal dan keahlian dari mudharib. Jadi Pembiayaan Mudharabah adalah pembiayaan dimana bank membiayai 100% kebutuhan dana untuk usaha, sedangkan nasabah bertindak sebagai pelaksana atas usaha tersebut dan keuntungan yang diperoleh berdasarkan kesepakatan bersama.¹⁰

2. Tabungan

Berdasarkan Undang-undang No.10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang

disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴⁵

Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.

a. Tabungan *wadiah*

Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yakni titipan yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.⁴⁶ Secara umum terdapat dua jenis *wadiah*, yaitu *wadiah yad al-amanah* dan *wadiah yad adh-dhamanah*.⁴⁷

1) *Wadiah yad al-amanah*

- a) Harta atau barang yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan.
- b) Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa boleh memanfaatkannya.
- c) Sebagai kompensasi, penerima titipan tidak diperkenankan untuk mebebaskan biaya kepada yang menitipkan.

⁴⁵ *Ibid*, h. 297.

⁴⁶ Adiwarmarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), Eds, 3, h. 297.

⁴⁷ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 148.

d) Mengingat barang atau harta yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan oleh penerima titipan, aplikasi perbankan yang memungkinkan untuk jenis ini adalah jasa penitipan atau *safe deposit box*.

b. *wadiah yad adh-dhamanah*

- 1) Harta dan barang yang dititipkan boleh dan dapat dimanfaatkan oleh yang menerima titipan.
- 2) Karena dimanfaatkan, barang dan harta yang dititipkan tersebut tentu dapat menghasilkan manfaat. Sekalipun demikian, tidak ada keharusan bagi penerima titipan untuk memberikan hasil pemanfaatan kepada si penitip.
- 3) Produk perbankan yang sesuai dengan akad ini yaitu, giro dan tabungan.⁴⁸

Berdasarkan dengan produk tabungan wadiah, bank syariah menggunakan akad wadiah yad adh-dhamanah. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya. Sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipkan dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan dan memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya,

⁴⁸ *Ibid*, h. 149.

bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja jika diminta oleh pemilik dana.

c. Tabungan Mudharabah

Mudharabah adalah suatu kerjasama antara dua pihak, dimana pihak pertama (*shahib al-mal*) menyediakan dana. Dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan dana.⁴⁹ Tabungan *mudharabah* mempunyai dua bentuk, yakni *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Perbedaan dalam *mudharabah muthlaqah* nasabah yang menyimpan dananya dibank syariah tidak memberikan batasan dan keleluasaan bagi bank dalam menggunakan dana. Sedangkan *mudharabah muqayyadah*, nasabah menyimpan dananya dan memberikan batasan tertentu pada bank dalam menggunakan dana yang disimpannya.

Bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Bank syariah mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain.

⁴⁹ Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), Cet 1, h. 13.

Hasil dari pengelolaan dana *mudharabah*, pihak bank akan membagikan hasil kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad. Namun disisi lain , bank syariah juga mendapat amanah yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Deskriptif Lokasi Penelitian BPRS. Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat

1. Sejarah Tentang BPRS Metro Madani

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani (BPRS Metro Madani) merupakan salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah Islam dalam kegiatan operasionalnya. Dasar hukum UU nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan UU nomor 10 tahun 1998 dan terakhir UU nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. BPRS Metro Madani mulai beroperasi tanggal 20 September 2005, didirikan berdasarkan Akta Anggaran Dasar notaris Hermazulia, SH di Bandar Lampung no. 1 tanggal 03 Maret 2005 yang disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) nomor C-16872 HT.01.01.TH.2005 tanggal 17 Juni 2005. Izin usaha dari Bank Indonesia nomor 7/54/KEP.GBI/2005 tanggal 8 September 2005.⁵⁰

Kantor BPRS Metro Madani memiliki 4 (empat) cabang, 1 (satu) kantor Kas dan 1 (satu) Kantor Layanan Kas. Cabang pertama di Unit II Tulang Bawang sejak 14 Januari 2008, cabang kedua di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah sejak 01 Nopember 2009, Cabang ketiga di Daya Asri Kecamatan Tumijajar Kabupaten Tulang Bawang

⁵⁰ Dokumentasi Brosur BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat, pada 5 April 2018

Barat sejak 23 Juli 2012, cabang keempat di Jatimulyo Kabupaten Lampung Selatan sejak 26 Agustus 2013 dan Kantor Kas Metro di 15a Kampus Kota Metro sejak 01 Oktober 2011, serta Kantor Layanan Kas di RSU Muhammadiyah Metro sejak 15 Oktober 2012.

2. Visi dan Misi PT. BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat

a. Visi

Mewujudkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani yang berkemajuan, bermartabat dan membawa kemaslahatan umat

b. Misi

Menjalankan usaha Perbankan Syariah sesuai syariah Islam, yang sehat dan terpercaya serta memberikan pelayanan terbaik dan professional kepada nasabah, share holder dan karyawan.⁵¹

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat

a. Kepala Cabang

Membantu direksi dalam perencanaan penghimpun dana dan pengelolaan. Serta mengkoordinir, mengarahkan, dan mengawasi kegiatan personil yang berada dibawahnya. Selain itu juga menyampaikan laporan berkala tentang kinerja dan evaluasi kegiatan operasional kepada direksi.⁵²

⁵¹Dokumentasi Brosur PT. BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat, pada 5 April 2018

⁵² Wawancara dengan *Kepala Cabang*, Asep Triyanto, pada tanggal 8 April 2018

b. *Legal*

Menganalisa dan mensurvey ulang calon nasabah pembiayaan serta mengecek dokumen-dokumen yang akan menjadi jaminan nasabah kepada pihak bank. Peran legal juga sangat diperlukan untuk membuat laporan transaksi pembiayaan sebagai bukti dari pembiayaan calon nasabah.⁵³

c. *Account office*

Membantu dalam melakukan pengawasan dan pembinaan atas nasabah pembiayaan serta penilaian kelayakan atas permohonan calon nasabah pembiayaan. Selain itu juga memeriksa akad dan kekurangan kelengkapan data pembiayaan.⁵⁴

d. *Customer Service*

Memberikan penjelasan kepada calon nasabah semua syarat-syarat yang diperlukan untuk pembukaan rekening tabungan atau deposito dan permohonan pembiayaan. Pengecekan identitas diri dengan aslinya, selain itu juga meminta calon nasabah untuk mengisi, melengkapi dan menandatangani formulir aplikasi permohonan dan syarat-syarat lainnya.⁵⁵

e. *Teller*

Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam hal menerima dan membayar uang atas nama bank dengan memperhatikan keabsahan dari dokumen keuangan tersebut. Dan menghitung serta

⁵³ Wawancara dengan *Legal*, Ika Marlia Sari, pada tanggal 8 April 2018

⁵⁴ Wawancara dengan *Account Office*, Tri Nuryanto, pada tanggal 10 April 2018

⁵⁵ Wawancara dengan *Customer Service*, Tri Mawarni Farta, pada tanggal 9 April 2018

menerima setoran dari nasabah berupa tabungan, deposito, pembayaran, dan setoran lainnya.⁵⁶

f. *Marketing*

Mencari nasabah yang ingin menyimpan dana dalam bentuk tabungan atau deposito. Serta calon nasabah yang membutuhkan dana baik untuk keperluan pribadi maupun pengembangan perusahaan dalam bentuk pembiayaan. Yang disesuaikan dengan syarat dan ketentuan yang berlaku dengan mempromosikan, mengenalkan, dan memasarkan produk bank.⁵⁷

g. *Security*

Mengamankan dan mengkondisikan situasi didalam bank sehingga transaksi yang berkaitan dengan bank, baik itu nasabah ataupun calon nasabah dapat terlaksana dengan baik dan aman.⁵⁸

4. Produk BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat

Menyediakan produk investasi/simpanan dana dan produk pembiayaan. Selain produk investasi dan produk pembiayaan, BPRS Metro Madani juga menyediakan layanan/jasa.

a. Produk Penghimpun Dana (Tabungan)

Produk Penghimpun Dana antara lain yaitu:

1) Tabungan Syariah Metro Madani

Merupakan simpanan yang diperuntukan bagi perorangan maupun badan usaha yang dikelola dengan prinsip syariah.

⁵⁶ Wawancara dengan *Teller*, Dewi Ratna Sari, pada tanggal 11 April 2018

⁵⁷ Wawancara dengan *Staf Marketing*, Surono, pada tanggal 12 April 2018

⁵⁸ Wawancara dengan *Security*, Yudi Sutarni, pada tanggal 11 April 2018

Simpanan pada BPRS Metro Madani bebas dari biaya administrasi bulanan.⁵⁹ BPRS Metro Madani memakai dua akad dalam produk ini yaitu:

a) Simpanan dengan akad Wadiah (titipan)

Merupakan titipan (wadiah dhamanah) yang dapat di setor dan ditarik setiap saat kapanpun anda memerlukannya. BPRS Metro Madani dapat memperniagakan dana sesuai dengan prinsip syariah. Dapat diberikan bonus, namun tidak diperjanjikan di muka.

b) Simpanan dengan akad Mudhorabah (bagi hasil)

Merupakan simpanan dengan akad mudhorabah *Al-muthlaqah* yang penarikannya disesuaikan dengan kebutuhan. Bagi hasil kompetitif, diperhitungkan setiap akhir bulan dan langsung di tambahkan pada saldo tabungan sesuai nisbah yang disepakati. Tabungan dengan akad mudhorabah yaitu tabungan qurban membantu nasabah dalam mempersiapkan dana untuk melakukan ibadah qurban.⁶⁰ Tabungan Walimah (Pernikahan) membantu mempersiapkan biaya pernikahan agar lebih mudah dan nasabah akan mendapat bagi hasil atas simpanan. Tabungan Pendidikan menyediakan tabungan pendidikan bagi orang tua yang ingin merencanakan masa depan anak-anaknya.

⁵⁹ Wawancara dengan *Account office*, Tri Nuryanto, pada tanggal 9 April 2018

⁶⁰ Wawancara dengan *Account Office*, Tri Nuryanto, pada tanggal 9 April 2018

2) Deposito Investasi

Deposito adalah investasi berdasarkan prinsip *Mudhorobah Al muthlaqoh* dengan jangka waktu 1,3,6,dan 12 bulan, dana anda akan dikelola secara optimal oleh BPRS Metro Madani untuk membiayai usaha yang produktif dan berguna bagi kepentingan ummat.

3) Tabungan Haji *Azzamani*

Membantu nasabah merencanakan niat melaksanakan ibadah haji ke tanah suci, secara terencana sesuai dengan kemampuan keuangan dan jangka waktu yang di kehendaki. Dikelola dengan akad *Mudhorobah Al muthlaqoh* dengan nisbah bagi hasil yang di sepakati. Penarikan tabungan hanya diperkenankan jika hendak melunasi ONH (Ongkos Naik Haji). Bank Umum Syariah dengan Siskohat Depag bekerja sama dengan BPRS Metro Madani, sehingga memberikan kepastian memperoleh porsi keberangkatan haji setelah terpenuhi saldo sejumlah setorannya. Untuk mendapatkan seat dapat di proses melalui BPRS Metro Madani baik secara langsung maupun program talangan haji.⁶¹

b. Produk Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu bentuk dari solidaritas sosial. Pemilik modal dan orang yang membutuhkan modal untuk melakukan suatu kegiatan usaha atau untuk mengembangkan suatu usaha yang

⁶¹ Wawancara dengan *Account Office*, Tri Nuryanto, pada tanggal 5 April 2018

telah berjalan. Menggerakkan roda perekonomian agar lebih produktif untuk menekan tingkat pendapatan masyarakat agar mengalami peningkatan. Demi kebutuhan nasabah BPRS Metro Madani menyediakan layanan pembiayaan untuk modal kerja, investasi, maupun konsumtif yang dikelola secara syariah sehingga lebih menentramkan karena terhindar dari transaksi ribawi dan berdasarkan pada prinsip keadilan. Berikut ini merupakan produk pembiayaan BPRS Metro Madani, yaitu:

1) Pembiayaan dengan Prinsip Jual Beli

Adapun jenis pembiayaan jual beli yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani adalah sebagai berikut:

a) *Murabahah*

Murabahah yakni pembiayaan jual beli dimana penyerahan barang dilakukan di awal akad. BPRS Metro Madani membelikan barang-barang halal apa saja kebutuhan nasabah sebesar harga pokok dan menjual kepada nasabah dengan margin/keuntungan dan jangka waktu angsuran yang telah disepakati.

b) *Istishna*

Merupakan pembiayaan dengan prinsip jual beli untuk memenuhi kebutuhan nasabah khusus untuk barang yang memerlukan proses produksi/pesanan terlebih dahulu. Spesifikasi

dan harga pesanan disepakati diawal akad dan pembayaran dalam *istishna* dapat dilakukan secara bertahap sesuai kesepakatan.

2) Pembiayaan dengan Prinsip Bagi Hasil

Adapun jenis pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

a) *Mudharabah*

Perjanjian pembiayaan/ penanaman dana dari pemilik dana (*shahibulmaal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Jenis usaha antara lain: perdagangan, industri, manufaktur, pertanian serta jasa.

b) *Musyarakah*

Perjanjian diantara para pemilik dana/modal untuk mencampurkan dana/modal mereka pada suatu usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan di antara pemilik dana/modal berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

3) Pembiayaan dengan Prinsip Sewa Menyewa

Merupakan kerjasama dengan sistem sewa menyewa (*ijarah*) atau dengan sistem sewa beli (*ijarah muntahia bitamlik*), yaitu:

a) Pembiayaan *Ijarah* (Sewa Menyewa)

Merupakan akad antara bank (*Muajjir*) dengan nasabah (*Musta'jir*) sebagai penyewa suatu barang dan Bank menerima

imbalan atas barang yang disewakannya. Objek kontrak adalah manfaat penggunaan aset, ijarah muntahiyah bitamlik jika nasabah pada akhir masa sewa diberi opsi untuk memiliki barang/asset yang disewakan.

b) Pembiayaan Multijasa (*Ijarah Multijasa*)

Merupakan fasilitas pembiayaan untuk kebutuhan manfaat seperti jasa pendidikan, umroh, travel dan jasa lainnya yang halal dan baik.⁶²

Produk pembiayaan baru yang belum lama berjalan dari BPRS Metro Madani yaitu pembiayaan SERGU (Sertifikasi Guru) merupakan jenis pembiayaan dengan akad murabahah, dimana pembiayaan ini merupakan pembiayaan yang di peruntukan untuk guru PNS penerima sertifikasi pendidik. Selain itu, BPRS Metro Madani menyediakan layanan pembiayaan mikro untuk modal kerja, investasi, maupun konsumtif yang dikelola secara syariah sehingga lebih menentramkan karena terhindar dari transaksi ribawi dan berdasarkan prinsip syariah.⁶³

⁶² Wawancara dengan bagian *Account office*, Tri Nuryanto, pada tanggal 11 April 2018

⁶³ Wawancara dengan bagian *Account office*, Tri Nuryanto, pada tanggal 11 April 2018

B. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Produk Pembiayaan dan Tabungan di BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat

1. Macam-macam Strategi Promosi yang dilakukan

Strategi promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran untuk menginformasikan, mempengaruhi dan mendorong minat dari nasabah agar membeli produk tersebut. Dengan strategi promosi yang dilakukan oleh karyawan bank tentunya mampu meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan dan pembiayaan untuk menarik minat nasabah. Pihak bank mempunyai teknik pendekatan kepada nasabah maupun calon nasabah dan tentunya harus menunjukkan perilaku yang baik. Untuk Menumbuhkan keinginan nasabah dan calon nasabah tentunya harus diberikan stimulus agar melakukan pembiayaan maupun pembukaan tabungan. Dan tentunya Dalam manajemen marketingnya ada 4 (empat) strategi promosi yang diterapkan, yaitu *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, dan *public relation*.

a. Advertising (Periklanan)

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti brosur, spanduk, koran, radio, dan internet. Dari berbagai media tersebut BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat menggunakan brosur sebagai media promosinya. Brosur tersebut

berisi tentang informasi produk pembiayaan dan tabungan yang ada pada Bank Syariah.⁶⁴

Informasi dalam brosur tersebut memaparkan produk sekaligus plavon pembiayaan dan produk tabungan. Hal ini dapat membantu pegawai bank dalam menjelaskan plavon pembiayaan dan produk tabungan sehingga calon nasabah lebih mengerti mengenai produk tersebut. Dengan kata lain program *advertising* ini sebagai penunjang kerja *personal selling*.

b. *Personal selling* (Penjualan Perorangan)

Personal selling pegawai bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci. Keuntungan dari *personal selling* ini ialah petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumen. Sehingga membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi pegawai bank. Dengan langsung terjun ke sekolah atau suatu acara yang disponsori oleh BPRS Metro Madani. Kemungkinan besar calon nasabah tertarik dengan produk pembiayaan dan tabungan.⁶⁵

⁶⁴ Wawancara dengan bagian *Account Office*, Tri Nuryanto, pada tanggal 10 April 2018

⁶⁵ Wawancara dengan bagian *Staf Marketing*, Surono, pada tanggal 11 April 2018

c. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Sales promotion ini dilakukan melalui pemberian diskon atau potongan angsuran untuk nasabah kategori lancar dengan jumlah lending atau pembiayaan tertentu. Dan untuk produk tabungan akan diberikan margin serta kemudahan sesuai dengan produk yang digunakan oleh nasabah.⁶⁶

d. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Public relation sangat diperlukan dalam menjalin hubungan baik dengan nasabah terutama untuk nasabah yang sering mengajukan pembiayaan dan rajin untuk menabung. Untuk itu pegawai bank harus menjaga sikap, agar nasabah tersebut terus bertahan dari waktu ke waktu.⁶⁷

2. Target Strategi Promosi

Berdasarkan hasil wawancara, nasabah yang menjadi target BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat adalah seluruh masyarakat Tulang Bawang Barat yang memiliki pekerjaan terutama PNS.⁶⁸

3. Fasilitas Pendukung Strategi Promosi

Strategi promosi tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya fasilitas yang menunjang. Dalam hal ini fasilitas pendukung strategi promosi BPRS Metro Madani ialah telepon dan kendaraan.⁶⁹

⁶⁶ Wawancara dengan bagian *Account Office*, Surono, pada tanggal 10 April 2018

⁶⁷ Wawancara dengan bagian *Account Office*, Surono, pada tanggal 10 April 2018

⁶⁸ Wawancara dengan bagian *Staf Marketing*, Surono, pada tanggal 11 April 2018

⁶⁹ Wawancara dengan bagian *Staf Marketing*, Surono, pada tanggal 11 April 2018

4. Kendala yang Dihadapi strategi promosi

a. Persaingan

Staf marketing Suroño memamparkan bahwa persaingan menjadi kendala utama BPRS cabang Tulang Bawang Barat dalam memasarkan produknya, khususnya produk pembiayaan. Hal ini dikarenakan banyak bank-bank dari konvensional dan syariah lainnya juga mencari nasabah yang ingin melakukan pembiayaan dan tabungan. Sehingga, para petugas bank harus berusaha meyakinkan hati para nasabahnya.⁷⁰ Bukan hal yang mudah untuk menarik minat nasabah, bank syariah harus menggunakan strategi promosi yang efektif untuk merebut hati nasabah dan calon nasabah.

b. Belum tersedia mesin dan kartu ATM

Ini merupakan suatu kekurangan dari BPRS Metro Madani. Jika nasabah yang mempunyai saldo tabungan jika ingin menarik tunai ataupun melakukan transfer ke bank lain harus datang ke salah satu cabang BPRS Metro Madani. Mungkin untuk ke depannya BPRS Metro Madani akan lebih berinovasi untuk kemudahan nasabahnya serta dapat melakukan transaksi menggunakan mesin ATM dan kartu ATM.⁷¹

⁷⁰ Wawancara dengan bagian *Staf Marketing*, Suroño, pada tanggal 11 April 2018

⁷¹ Wawancara dengan bagian *Staf Marketing*, Suroño, pada tanggal 11 April 2018

C. Implementasi Strategi Promosi Produk Pembiayaan dan Tabungan di BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat

Strategi promosi sangat di perlukan untuk meningkatkan kinerja dalam memperkenalkan produk-produk apa saja yang ada di BPRS Metro Madani. Serta bagaimana cara melihat dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan jumlah nasabah yang ingin melakukan pengajuan pembiayaan dan pembukaan tabungan, sehingga mampu bersaing dengan bank syariah maupun bank konvensional lainnya. Dengan ini kami selaku pihak karyawan bank harus bersikap baik dan sopan terhadap nasabah serta meningkatkan mutu pelayanan.⁷²

Berikut ini merupakan peningkatan jumlah nasabah funding dan lending tahun 2016 - 2017:

Tabel 4.1
Jumlah Nasabah Produk Tabungan BPRS Metro Madani
Cabang Tulang Bawang Barat Tahun 2016

No	Nama Produk	Jumlah Nasabah
1	Tabungan Wadiah	1198
2	Tabungan Qurban	3
3	Tabungan Haji	25
4	Tabungan Pendidikan	32
5	Deposito	13
	Jumlah	1271

Sumber: BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat

⁷² Wawancara dengan bagian *Staf Marketing*, Surono, pada tanggal 11 April 2018

Tabel 4.2
Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan BPRS Metro Madani
Cabang Tulang Bawang Barat 2016

No	Nama Produk	Jumlah Nasabah
1	Murabahah	55
2	Musyarokah	13
3	Multijasa/ijarah	398
	Jumlah	466

Sumber: BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat

Tabel 4.3
Jumlah Nasabah Produk Tabungan BPRS Metro Madani
Cabang Tulang Bawang Barat Tahun 2017

No	Nama Produk	Jumlah Nasabah
1	Tabungan Wadiah	1287
2	Tabungan Qurban	5
3	Tabungan Haji	28
4	Tabungan Pendidikan	39
5	Deposito	21
	Jumlah	1380

Sumber: BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat

Tabel 4.2
Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan BPRS Metro Madani
Cabang Tulang Bawang Barat 2017

No	Nama Produk	Jumlah Nasabah
1	Murabahah	78
2	Musyarokah	19
3	Multijasa/ijarah	497
	Jumlah	594

Sumber: BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat

Berdasarkan tabel diatas strategi promosi berguna dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan maupun tabungan. Peningkatan jumlah tersebut merupakan kinerja bank dengan strategi promosi yang sudah diterapkan. *Personal selling* merupakan cara yang paling efektif dalam memperkenalkan produk yang ada dibank kepada masyarakat.

Nasabah memiliki peran yang sangat penting bagi lembaga keuangan, karena tanpa nasabah sebuah lembaga keuangan tidak akan mampu berkembang. Sehingga perlu dilakukan dalam upaya menarik minat nasabah. Mempelajari dan memahami perilaku nasabah merupakan dasar dari manajemen pemasaran. Untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan perlu mengetahui nasabah mana yang cenderung membeli atau memakai produknya. Faktor-faktor apa yang kira-kira menyebabkan mereka menyukai produk tersebut dan bagaimana mereka memperoleh informasi tentang produk dan lain sebagainya.⁷³

⁷³ Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 17.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi promosi merupakan faktor penentu keberhasilan untuk mengkomunikasikan produk, memperkenalkan produk, dan kemudian menarik minat nasabah ataupun calon nasabah pembiayaan dan tabungan untuk menggunakan produknya. Pada dasarnya tujuan utama dari strategi promosi yaitu mempengaruhi konsumen untuk memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi promosi sangat efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan dan tabungan. BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat menggunakan beberapa macam strategi promosi antara lain *Advertising* (periklanan), *Personal selling* (Penjualan Perorangan), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), *Public Relation* (Hubungan Masyarakat).

Beberapa strategi promosi tersebut mampu meningkatkan jumlah nasabah. Pihak bank juga harus mampu membaca peluang, meningkatkan mutu pelayanan, berinovasi, serta memperbanyak kerjasama dengan instansi dan sponsor yang tentunya saling menguntungkan. Untuk itu, promosi harus lebih sering dilakukan dan ditingkatkan agar produk tersebut dapat diketahui serta dikenal oleh masyarakat luas dan mampu bersaing dengan bank konvensional dan bank syariah lainnya.

B. Saran

Strategi promosi yang dilakukan cukup efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah. Tetapi, manajemen marketing BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat perlu lebih bekerja keras agar target yang ditentukan dapat dicapai dengan memanfaatkan peluang yang ada dan mengoptimalkan beberapa macam strategi promosi tersebut. Serta, pengadaan mesin ATM dan kartu ATM sehingga nasabah dapat mampu bertransaksi tanpa harus datang langsung ke bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers. eds. 3, 2009.
- Aryono Suyono. *Kamus Praktis Istilah Perbankan*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1992.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Bahasa Indonesia untuk pelajar*. Jakarta Badan Pengembangan dan Pembinaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011.
- Beni Ahmad Saebani. *Metode Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia. cet 2, 2008.
- Dokumentasi Brosur PT. BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat. pada 5 April 2018.
- Freddy Rangkuti. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Gregorius Chandra. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi 2002.
- [Http://digilib/strategi/pengelolaan/nasabah.ac.id](http://digilib/strategi/pengelolaan/nasabah.ac.id) diunduh pada tanggal 17 Juli 2018.
- Irham Fahmi. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*. Bandung:Alfabeta, 2014.
- Irwan Royansyah. *Strategi Promosi Produk Bank* pada www.irwanroyansyah.blogspot.co.id diunduh 15 Juni 2018
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Ed.rev.cet.10, 2014.
- Lexy J Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja, 2009.
- M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2012.

- Maryono. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: Yudhistira Ghalia Indonesia, 2002.
- Muhammad Syafi'I Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Muhammad. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press. cet. 1, 2000.
- Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rienika Cipta, 2000.
- Philip Kotler. Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Diterjemahkan Oleh Bob Sabran. Judul asli *Principles Of Marketing*. Jakarta : Erlangga, 2006.
- Rambat Lupioadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Ristiyani Prasetyo dan Jhon J.O.I Ihalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- Sofyan Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sugiono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Sumadi Suryabarata. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Sutrisno Hadi. *Metode Reseach Untuk Paper. Skripsi. Tesis. Disertasi*. Universitas Gajah Mada:1994.
- Terence A. Shimp. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Tonysoegi.blogspot.com/2013/10/promotion-mix-bauran-promosi.html?m=1.
Diunduh pada 4 Agustus 2018.
- W. Gulo. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo, 2002.
- Zainuddin Ali. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Zen Abdurrahman. *Strategi Genius Marketing Ala Rasulullah*. Yogyakarta: DIVA Press, 2011.



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

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

Nomor : 1080/In.28.3/D/PP.00.9/05/2018
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

28 Mei 2018

Kepada Yth:
Elfa Murdiana, M.Hum
di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Febri Setiawan
NPM : 14122778
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
Judul : Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Dan Tabungan Pada (Bprs Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat)

Dengan ketentuan :

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

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan,

MUHAMMAD SALEH



ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN DAN TABUNGAN PADA (BPRS METRO MADANI KC. TULANG BAWANG BARAT)

A. Wawancara

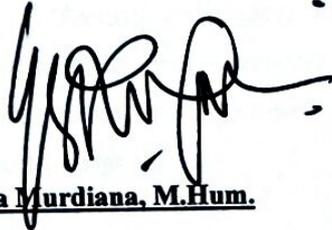
1. Wawancara kepada *Account Office* (AO) BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat
 - a) Produk-produk pembiayaan dan tabungan apa saja yang ada di BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat ?
 - b) Syarat-syarat apa saja yang diperlukan untuk pengajuan pembiayaan dan pembukaan tabungan ?
 - c) Strategi promosi apakah yang anda gunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah?
 - d) Contoh dalam bentuk apakah strategi promosi yang meliputi *advertising, personal selling, sales promotion, public relation* ?
2. Wawancara kepada *staf marketing* BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat
 - a) Bagaimana kriteria calon nasabah yang menjadi target strategi promosi untuk meningkatkan pembiayaan dan tabungan ?
 - b) Apa saja fasilitas pendukung dalam strategi promosi ?
 - c) Apakah kendala yang dihadapi dalam strategi promosi ?
 - d) Tolong bapak jelaskan tentang teknik analisis strategi promosi ?

B. Dokumentasi

1. Profil bank, Visi dan Misi, Struktur Organisasi dan produk-produk BPRS Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat.
2. Brosur

Metro, 17 September 2018

Dosen Pembimbing



Elfa Murdiana, M.Hum.

NIP.198012062008012010

Mahasiswa Ybs



Febri Setiawan

NPM 14122778



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

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-0790/In.28/S/OT.01/11/2018**

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

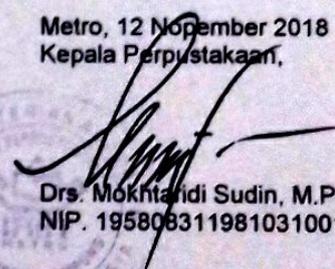
Nama : Febri Setiawan
NPM : 14122778
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 Perbankan Syariah

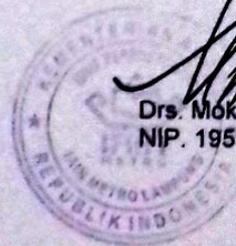
Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 14122778.

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 12 Nopember 2018
Kepala Perpustakaan,


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



Proyek pembiayaan IB BPRS Metro Madani sebagai berikut :

1. Pembiayaan dengan Prinsip Jual Beli

• MURABAHAH

Pembiayaan dengan akad jual beli, BPRS Metro Madani akan membelikan barang-barang halal apa saja kebutuhan nasabah sebesar harga pokok dan menjual kepada nasabah dengan margin/keuntungan dan jangka waktu angsuran yang disepakati

• ISTISHNA

Pembiayaan dengan prinsip jual beli untuk memenuhi kebutuhan nasabah khusus untuk barang yang memerlukan proses produksi/pesanan terlebih dahulu. Spesifikasi dan harga pesanan disepakati diawal akad dengan pembayaran secara bertahap sesuai kesepakatan jika pihak lain yang mengadakan barang pesanan maka hal ini disebut *istishna parallel*

2. Pembiayaan dengan Prinsip Bagi Hasil

• MUDHARABAH

Pembiayaan modal usaha atas dasar bagi hasil sesuai kesepakatan. Pembiayaan ini dapat disalurkan untuk berbagai jenis usaha antara lain : perdagangan, industri, manufaktur, pertanian serta jasa

• MUDHARABAH MUQAYYADAH

Jenis Mudharabah ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat tertentu yang harus dipatuhi Bank. Misalnya : digunakan pada bisnis tertentu, akad tertentu atau nasabah tertentu. Penyaluran dana mudharabah muqayyadah ini langsung kepada pelaksana usaha, sedangkan Bank bertindak sebagai perantara (*arranger*). Bank menerima komisi atas jasa mempertemukan Kedua belah pihak sedangkan antara pemilik dana dan pelaksana usaha berlaku nisbah bagi hasil

• MUSYARAKAH

Pembiayaan ini merupakan kerjasama perkongsian modal antara nasabah dengan Bank dengan prinsip bagi hasil yang persentasenya sesuai dengan proporsi penyertaan. Bank sebagai penanam modal sedangkan nasabah sebagai mitra penanam modal sekaligus mengelola langsung o b j e k yang dibiayai bersama tersebut.

3. Sewa Menyewa

Merupakan kerjasama dengan sistem sewa menyewa (ijarah) atau dengan system sewa beli (ijarah muntahia bilamiki)

• Pembiayaan Ijarah (Sewa Menyewa)

Adalah akad antara Bank (Muajir) dengan nasabah (Musajir) sebagai penyewa suatu barang dan Bank menerima imbalan jasa atas barang yang disewakannya. Objek Kontrak adalah manfaat penggunaan asset, Ijarah *Muntahiyah Bittamlik* jika nasabah pada akhir masa sewa diberi opsi untuk memiliki barang / asset yang disewakan.

• Pembiayaan Multijasa (Ijarah Multijasa)

Merupakan fasilitas pembiayaan untuk kebutuhan manfaat

seperti jasa pendidikan, umroh, travel dan jasa lainnya yang Halal dan baik.

4. Jasa Layanan*)

• Transfer Online Antarbank

Menyediakan jasa layanan transfer uang antarbank

• Payment Point Jasa Telekomunikasi Menyediakan jasa layanan dalam hal pembayaran tagihan bulanan Telephone, Flexi, Speedy, Yes TV

• Payment Point PLN Jasa layanan penerimaan pembayaran tagihan listrik

• Talangan Haji

Menyediakan jasa talangan haji yang akan mempermudah pemesanan kursi haji, sehingga memberikan kepastian memperoleh porsi keberangkatan haji

*) Bekerjasama dengan Bank Umum Syariah

5. Rahn Emas (Gadai emas Syariah)

Gadai emas syariah (rahn emas) diperuntukkan bagi masyarakat yang membutuhkan uang tunai dengan proses cepat, mudah, murah dan tanpa bunga. Pinjaman ini didasarkan pada akad Qardh yaitu pinjaman tanpa kelebihan apapun. Nasabah cukup menyertakan agunan barang emas baik berupa perhiasan atau barang lain yang terbuat dari emas. Nasabah cukup membayar biaya sewa tempat penyimpanan emas tersebut di BPRS Metro Madani.

PERSYARATAN :

1. Identitas diri (KTP) yang masih berlaku
2. Emas berupa logam mulia atau perhiasan

Kemudahan :

- ✓ Proses pencairan dana relatif singkat (10 menit cair)
- ✓ Sesuai dengan prinsip syariah bebas riba
- ✓ Barang jaminan amah (diasuransikan secara syariah)
- ✓ Biaya titipan relatif murah mulai dari Rp. 5.000,-/gram/bulan
- ✓ Jangka waktu pinjaman fleksibel mulai 30 hari (dapat diperpanjang)

FUNGSI SOSIAL

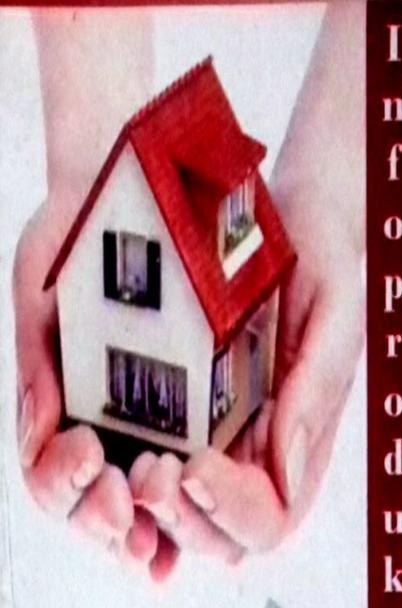
Sebagai sebuah lembaga keuangan syariah, keberadaan BPRS Metro Madani diharapkan memberikan manfaat tidak saja kepada mitra usaha tetapi juga kepada masyarakat terutama kaum dhuafa yang memerlukan bantuan baik secara materi maupun skill.

a. Qaithul Hasan

Untuk membiayai mustahik yang mempunyai keahlian, dana berasal dari shadaqah dan infak. Bank tidak menetapkan besarnya bagian infak, tergantung dari kesanggupan, dan Keikhlasan nasabah

Pengelolaan dana ZIS

BPRS Metro Madani juga menghimpun dana ZIS dan menyalurkan dana ZIS kepada masyarakat yang berhak Menerimanya



I n f o p r o d u k



KANTOR PUSAT
Jl. Diponegoro No. 5 Merli Pusat, Kota Metro - Lampung
Telp. 0725-44395 Fax: 0725-49880
e-mail: bprsmetroindonesia@gmail.com

KANTOR CABANG

LAMPUNG
Jl. Lintas Timur Unit 2 Bangor Agung, Tanjung Karang, Lampung
Telp. 0726-75067 Fax: 0726-75067

KALPELO
Jl. Jend. Sudirman Pasar Kencana, Kelapa, Lampung Tengah - Lampung
Telp. 0726-37040 Fax: 0726-30640

TALANG BERANG BARAT
Jl. Jend. Sudirman Dayan Merli Kota Tanjung Karang, Lampung Barat - Lampung
Telp. 0724-320016 Fax: 0724-320016

KOTA MUDA
Jl. Lintas Timur Unit 2 Bangor Agung, Tanjung Karang, Lampung
Telp. 0726-75067 Fax: 0726-75067

KANTOR RAO METRO
Jl. Merdeka Sumatera No. 100
Kota Metro - Lampung
Telp. 0725-44332

LAMPUNG KAT
Jl. Soekarno-Madi No. 41, Kota Madya
Kota Metro - Lampung 35124, Lampung Barat

BANK SYARIAH METRO MADANI (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah)

VISI:

Terwujudnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani yang Berkemajuan, Bermartabat dan membawa Kemaslahatan Ummat.

MISI:

1. Menjalankan usaha Perbankan sesuai Syariah Islam yang sehat dan terpercaya.
2. Memberikan pelayanan terbaik dan profesional kepada nasabah, share holder dan karyawan.

PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH METRO MADANI

A. PRODUK PENGHIMPUNAN DANA

1. Tabungan Syariah Metro Madani

Merupakan simpanan yang diperuntukkan bagi perorangan maupun badan usaha yang dikelola dengan prinsip Syariah. Simpanan pada BPRS Metro Madani Bebas dari potongan biaya administrasi bulanan

- Simpanan dengan akad Wadiah (titipan)
 - Merupakan titipan (*wadiah dhamanah*) yang dapat disetor dan ditarik setiap saat kapanpun anda memerlukan dana
 - BPRS Metro Madani dapat memperlakukan dana sesuai prinsip syariah.
 - Dapat diberikan bonus, namun tidak diperjanjikan dimuka.
- Simpanan dengan akad Mudharabah (Bagi Hasil)
 - Merupakan simpanan dengan akad *mudharabah al mutlagah* yang penarikannya disesuaikan dengan kebutuhan
 - Bagi hasil kompetitif, diperhitungkan setiap akhir bulan dan langsung ditambahkan pada saldo tabungan sesuai nisbah yang disepakati.
 - Jenis Tabungan : Tabungan Qurban, Tabungan Walimah, Tabungan Pendidikan

2. Tabungan Pendidikan

Tabungan yang ditujukan untuk Pelajar dalam mempersiapkan Pendidikan di masa yang akan datang

3. Deposito Investasi Mudharabah

Adalah investasi berdasarkan prinsip *Mudharabah al mutlagah* dengan jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan. Dana anda akan dikelola secara optimal untuk membiayai usaha yang produktif dan berguna bagi kepentingan umat. Fasilitas:

- a. Bagi hasil sesuai porsi (nisbah) yang disepakati, ditransfer otomatis ke rekening tabungan anda
- b. Dapat diperpanjang otomatis (ARO)
- c. Dapat dijadikan agunan pembiayaan

4. Tabungan Haji Azzamani

Membantu anda merencanakan niat melaksanakan ibadah haji ke tanah suci, secara terencana sesuai dengan Kemampuan keuangan dan jangka waktu yang dikehendaki.

- Dikelola dengan akad *mudharabah mutlagah* dengan nisbah bagi hasil yang disepakati.
- Penarikan tabungan hanya diperkenankan jika hendak melunasi ONH (Ongkos Naik Haji).

PERSYARATAN PEMBUKAAN REKENING

1. Mengisi permohonan pembukaan rekening
2. Foto copy KTP yang masih berlaku
3. Bagi Badan Hukum : KTP Pengurus, AD/Akte Pendirian, NPWP, SIUP, SITU
4. Setoran awal minimal :

Jenis Rekening	Setoran Awal Minimal	Keterangan
Tabungan Wadiah *)	Rp. 25.000,-	Bebas Biaya Administrasi Bulanan
Tabungan Qurban *)	Rp. 25.000,-	
Tabungan Walimah *)	Rp. 25.000,-	
Tabungan Pendidikan *)	Rp. 10.000,-	
Tabungan Haji Azzamani *)	Rp. 100.000,-	
Deposito Investasi Mudharabah	Rp. 1.000.000,-	

*) Setoran Selanjutnya minimal Rp. 10.000,-

5. Setoran non tunai menggunakan Cek/Bilyet Giro, akan dibukukan setelah dan efektif

SEMUA PRODUK SIMPANAN PADA BPRS METRO MADANI
DIJAMIN OLEH PEMERINTAH
(LEMBAGA PENJAMIN SIMPANAN)

B. PRODUK PEMBIAYAAN

Bank pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani menyediakan layanan pembiayaan untuk modal kerja, investasi maupun konsumtif yang dikelola secara syariah sehingga lebih menentramkan karena terhindar dari transaksi ribawi dan berlandas pada prinsip keadilan

*Tanpa dikenakan biaya administrasi

Syarat-syarat permohonan pembiayaan :

1. Pembiayaan umum (perorangan)
 - ✓ Mengisi aplikasi pembiayaan dengan persetujuan suami/istri/orang tua
 - ✓ Foto copy KTP yang masih berlaku, suami & istri bagi yang sudah menikah
 - ✓ Foto Copy kartu keluarga
 - ✓ Foto copy surat nikah
 - ✓ Foto copy rekening listrik, telephone, PAM
 - ✓ Foto copy PBB
 - ✓ Foto copy jaminan (BPKP, Faktur Kendaraan, STNK / SHM)
 - ✓ Foto copy slip gaji terakhir & surat keterangan Bekerja
 - ✓ Surat keterangan usaha/SIUP/TDP/, NPWP, HO
 - ✓ Foto copy tabungan tiga bulan terakhir
 - ✓ Rencana Anggaran Belanja (RAB)
 - ✓ Pas Photo Suami/Istri
 - ✓ Denah Lokasi (tempat tinggal dan jaminan)
 - ✓ Foto jaminan
 - ✓ Bersedia di survey
2. Pembiayaan Lembaga (Badan Usaha)
 - ✓ Mengajukan permohonan/proposal pembiayaan
 - ✓ Foto copy Anggaran Dasar dan perubahan terakhir
 - ✓ Foto copy KTP Pengurus yang masih berlaku
 - ✓ Foto copy Surat izin usaha (SIUP)
 - ✓ Foto copy Surat izin tempat usaha (SITU)
 - ✓ Foto copy Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
 - ✓ Foto copy NPWP
 - ✓ Foto copy rekening Koran Tabungan selama 3(tiga) bulan terakhir
 - ✓ Foto copy surat-surat jaminan
 - ✓ Laporan keuangan 2 tahun & laporan keuangan Periode berjalan
 - ✓ Jumlah dan Rencana Penggunaan Dana
 - ✓ Denah Lokasi usaha dan jaminan
 - ✓ Foto jaminan dan lokasi usaha

APLIKASI PEMBUKAAN REKENING TABUNGAN / DEPOSITO



BANK SYARIAH METRO MADANI
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah



Mohon diisi dengan huruf cetak dan beri tanda pada salah satu kotak pilihan

Bismillahirrahmaanirrahii

DATA NASABAH (CIF) PERORANGAN

Nama Lengkap (Sesuai tanda pengenal) :

Gelar sebelum Nama : Gelar setelah Nama :

Data Pribadi

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
 Kewarganegaraan : WNI WNA, negara asal
 Tanda Pengenal : KTP SIM
 Akta Lahir/Kartu Pelajar/Kartu Mahasiswa
 Nomor :
 Berlaku s/d : tgl bln thn
 Seumur Hidup
 Tempat Lahir :
 Tanggal Lahir : tgl bln thn
 Status Pernikahan : Lajang Menikah Janda/Duda
 Agama : Islam Kristen Katolik
 Budha Hindu Lainnya
 Pendidikan Terakhir : SD SMP SMA Diplomat
 S1 S2 S3
 NPWP : Ada Tidak Ada

Nomor :

Nama Gadis Ibu Kandung :

Status Tempat Tinggal
 Rumah Milik Sendiri Rumah Milik Keluarga Rumah Dinas Sewa

Data Alamat Tempat Tinggal

Alamat sesuai tanda pengenal : copy tanda pengenal terlampir
 Alamat Tempat Tinggal Terkini (diisi hanya jika berbeda dengan Tanda Pengenal)

RT/RW : /
 Desa/Kelurahan :
 Kecamatan :
 Kota/Kabupaten : Kode Pos :
 Propinsi :

Data Nomor Telepon & Email

No. Telp. Rumah : -
 No. Telp. Kantor : -
 No. HP :
 No. HP Alternatif :

Data Pekerjaan

Pelajar/Mahasiswa TNI/Polri BUMN/BUMD
 Ibu Rumah Tangga Pegawai Negeri Profesional
 Wirausaha Pegawai Swasta Lainnya

Data Perusahaan/Instansi Tempat Bekerja

Nama Kantor :
 Alamat Kantor :
 Kota / Kabupaten : Kode Pos :
 Jabatan :
 Mulai Bekerja : bln thn

Penghasilan Tetap perbulan

< Rp. 1 jt Rp. 1 - 3 jt Rp. 3 - 5 jt > Rp. 5 jt

Penghasilan tidak tetap Perbulan

< Rp. 1 jt Rp. 1 - 3 jt Rp. 3 - 5 jt > Rp. 5 jt

DATA NASABAH (CIF) NON PERORANGAN/BADAN

Bentuk Badan

PT Instansi Pemerintah CV
 Koperasi BUMN FA
 Yayasan BUMN Lainnya

Nama Institusi :

Alamat Kedudukan sesuai AD terakhir :

Kecamatan :

Kota : Kode Pos :

Alamat Kantor :

Kota : Kode Pos :

Alamat Email :

Alamat Website :

No. Telp. Badan : -

No. Fax Badan : -

Bidang/Sektor Usaha :

NPWP :

Penjualan/Tahun (Khusus Badan Usaha)

Rp. ≤ 50 jt Rp. ≤ 50 jt - 100 jt Rp. ≤ 100 jt - 500 jt
 Rp. ≤ 500 jt - 1 M Rp. > 1 M

No. Akte Pendirian

Tgl/Bln/Thn : / /

Notaris :

Tempat Akte Dibuat :

No. Akte Perubahan

Tgl/Bln/Thn : / /

Notaris :

No. Ijin Usaha (SIUP)

Tgl/Bln/Thn : / /

Tgl/Bln/Thn Exp : / /

Tanda Daftar Perusahaahaan (TDP) :

.....

Tgl/Bln/Thn : / /

Tgl/Bln/Thn Exp : / /

Pengurus Perusahaan (Terlampir Fotocopy Identitas)

No	Nama	Jabatan	Alamat	No
1				
2				
3				

DATA PEMBUKAAN REKENING BARU

Tujuan Pembukaan rekening

Investasi Simpanan Usaha Lainnya

Sumber Dana

Gaji Hasil Usaha Hasil Investasi

Produk yang dipilih

Tab. Wadiah Tab. Qurban Tab. Walimat
 Tab. Pendidikan Tab. Haji Deposito



PT. BPR SYARIAH
METRO MADANI

APLIKASI PEMINDAHBUKUAN

No. Seri : 002138

Bismillahirrahmanirrahim

Tanggal :

Mohon Dipindahbuku dari :

No. Rek - -

Bank Syariah Metro Madani

Cabang :

Alamat/ No. Telpon : _____

Jumlah Rp. (.....)

Terbilang _____

Berita :

Kepada,

Nama Penerima :

Alamat/ No. Telpon :

No. Rek - -

Bank Syariah Metro Madani

Cabang :

Bank,

Nasabah,

_____ Tanda Tangan



BANK SYARIAH METRO MADANI
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Bismillahirrahmanirrahim

APLIKASI TRANSFER

No. Seri : 012178

Tanggal : / /

HARAP DITULIS DENGAN HURUF CETAK

Mohon Dikirimkan Pemindahbukuan RTGS Lainnya

Sumber Dana Transaksi Tunai Debet Rek.

No. Rekening :

Nama :

Alamat :

No. Telp. / HP :

Besar Kiriman

Rp. _____

Terbilang :

Berita :

Pengirim / pemohon tunduk pada persyaratan dibawah ini

Lembar 1 Putih : Teller Lembar 2 Hijau : Pembukuan Lembar 3 Merah : Nasabah

Kepada / Penerima Penduduk Bukan Penduduk

Nama :

Alamat :

No. Telp / HP :

Bank Penerima :Cab.....

No. Rekening :

DIISI OLEH BANK

KETERANGAN

RUPIAH

Jumlah Yang Dikirim

Biaya

Biaya Koresponden

Total

Pengesahan Bank

Tanda Tangan Pengirim

76 TRF 0501



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus 15A Ringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

Nama Mahasiswa : Febri Setiawan NPM : 14122778
Fakultas/Jurusan : Ekonomi & Bisnis Islam/D3 PBS Tahun Akademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	15 / 2018 / 08	✓	Art u/ Jaminan	

Mengetahui Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP.198012062008012010

Febri Setiawan
NPM.14122778



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

Nama Mahasiswa : Febri Setiawan NPM : 14122778
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	10/01/2018	U	100 Bab 12 Lanjutan pd Abstrak	

Mengetahui Pembimbing,

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP.198012062008012010

Mahasiswa Ybs,

Febri Setiawan
NPM.14122778



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Airingmulyo Kota Metro Lampung 34111Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

Nama Mahasiswa : Febri Setiawan NPM : 14122778
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/2018 /9		<ul style="list-style-type: none">- Narasi Anda di Kae- Penting yg harus anda uraikan dlm Menjelmas- Apapun yg Anda tulis- Menulis the structure- Bnna → Maka Anda harus menanggapi ketertarikan dan masalah yg Anda bahas- Sistematis - penulis Anda masih harus diperbaiki	

Mengetahui Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP.198012062008012010

Febri Setiawan
NPM.14122778



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

Nama Mahasiswa : Febri Setiawan NPM : 14122778
Fakultas/Jurusan : Ekonomi & Bisnis Islam/D3 PBS Tahun Akademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 13/2018 /9		Acce BAB I & II Can jntan APP Dan BAB III eIn	

Mengetahui Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP.198012062008012010

Febri Setiawan
NPM.14122778



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Airingmulyo Kota Metro Lampung 34111Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

Nama Mahasiswa : Febri Setiawan NPM : 14122778
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/2018 /9		<ul style="list-style-type: none">- Narasi Anda di Kae- Penting yg harus anda uraikan dlm Menjelmas- Apapun yg Anda tulis- Menulis the structure- Bnna → Maka Anda harus menanggapi ketertarikan dan masalah yg Anda bahas- Sistematis - penulis Anda masih harus diperbaiki	

Mengetahui Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP.198012062008012010

Febri Setiawan
NPM.14122778



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

Nama Mahasiswa : Febri Setiawan NPM : 14122778
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS Tahun Akademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/9/2018		<p>Pembahasan Anda sangat keren pustaka Malika Kolaborasi data primer & wawancara. Sing Landasan teori yang Anda tulis</p> <p>Analisis Anda the Strategi promosi. Overnya sangat lebih para. Terlihat sangat Menjelajah the 'Urban' Penelitian Anda.</p>	

Mengetahui Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP.198012062008012010

Febri Setiawan
NPM.14122778



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Airingmulyo Kota Metro Lampung 34111Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

Nama Mahasiswa : Febri Setiawan NPM : 14122778
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/2018 9		Persalinan penulisan kata & kept dlm prms Penulisan TA And	

Mengetahui Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP.198012062008012010

Febri Setiawan
NPM.14122778



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Airingmulyo Kota Metro Lampung 34111Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

Nama Mahasiswa : Febri Setiawan NPM : 14122778
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	9/2018 /5	✓	Cara penulisan judul Pda sesuai dgn standar penulisan karya ilmiah - Sumber data yg ada - sumber kurang tepat - yg kurang lengkap - dan manca antara sifat penulisan & klm - Akbers- Jaka	

Mengetahui Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP.198012062008012010

Febri Setiawan
NPM.14122778



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Airingmulyo Kota Metro Lampung 34111Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id Website: www.stainmetro.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

Nama Mahasiswa : Febri Setiawan NPM : 14122778
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	8/5 2018		<ul style="list-style-type: none">- Penjelasan Tentang BPPs Metro Madani belum di jelaskan secara rinci.- Rumusan masalah, Footnote, Tujuan.- Masalah yang Bm Muncul dalam LBM.- Kajian ttg BPPs di ...	

Mengetahui Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum.
NIP.198012062008012010

Febri Setiawan
NPM.14122778

RIWAYAT HIDUP



Febri Setiawan dilahirkan di Dayamurni 24 Februari 1995, merupakan anak pertama dari pasangan bapak Prasojo dan ibu Minarti. Yang beralamat di Candra Mukti Kec. Tulang Bawang Tengah Kab. Tulang Bawang Barat.

Pendidikan dasar penulis ditempuh di SDN 4 Candra Kencana dan selesai pada tahun 2007.

Kemudian melanjutkan pendidikannya di SMPN 1 Tumijajar dan selesai pada tahun 2010. Setelah itu melanjutkan pendidikan di SMKN 1 Tulang Bawang Tengah jurusan otomotif dan selesai pada tahun 2013.

Selanjutnya Penulis melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Prodi D-III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomii dan Bisnis Islam yang memasuki TA. 2014/2015. Hingga pada akhirnya penulis menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul tentang “Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan dan Tabungan Pada BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat”.