

SKRIPSI

**STRATEGI *MARKET SHARE* DALAM
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA
PERBANKAN SYARIAH (Studi Pada Bank BRISyariah
KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur)**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

LIANA RUSMALA DEWI
NPM.141266610



**JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H / 2018 M**

**STRATEGI *MARKET SHARE* DALAM
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA
PERBANKAN SYARIAH (Studi Pada Bank BRISyariah
KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur)**

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

**Oleh:
LIANA RUSMALA DEWI
NPM.141266610**

Pembimbing I : Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
Pembimbing II : Suraya Murcitaningrum, M.SI

**Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H / 2018 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : **STRATEGI *MARKET SHARE* DALAM
Skripsi **PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA
PERBANKAN SYARIAH (STUDI PADA BANK
BRISYARIAH KCP BANDAR SRIBHAWONO
LAMPUNG TIMUR)****

Nama : Liana Rusmala Dewi
NPM : 141266610
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyetujui

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

Metro, November 2018

Pembimbing I,



Dra. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag

NIP. 196805301994032003

Pembimbing II,



Suraya Murcitaningrum, M.SI

NIP. 19801162009122001

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan Skripsi Untuk Dimunaqosyahkan**

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

Assalammu 'alaikum Wr. Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **Liana Rusmala Dewi**
NPM : 141266610
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **STRATEGI MARKET SHARE DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PERBANKAN SYARIAH (STUDI PADA BANK BRISYARIAH KCP BĀNDAR SRIBHAWONO LAMPUNG TIMUR)**

Sudah dapat kami setuju dan dapat dimunaqosyahkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Wassalammu 'alaikum Wr. Wb.

Metro, November 2018

Pembimbing I,



Dra. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag

NIP. 19680530 199403 2 003

Pembimbing II,



Suraya Murchitaningrum, M.SI

NIP. 1980116200912 2 001



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 0058/10.18.3/D/PP.00.9/01/2019

Skripsi dengan Judul: STRATEGI *MARKET SHARE* DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PERBANKAN SYARIAH (Studi Pada Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur), disusun Oleh: Liana Rusmala Dewi, NPM: 141266610, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Senin, 17 Desember 2018

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH :

Ketua/Moderator	: Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag	(.....)
Penguji I	: Liberty, SE, MA	(.....)
Penguji II	: Suraya Murcitaningrum, M.Si.	(.....)
Sekretaris	: Aulia Ranry Priyatna, M.E.Sy	(.....)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

**STRATEGI *MARKET SHARE* DALAM PENINGKATAN JUMLAH
NASABAH PADA PERBANKAN SYARIAH (Studi Pada Bank BRISyariah
KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur)**

ABSTRAK

Oleh:

LIANA RUSMALA DEWI

Pesatnya perkembangan perbankan syariah yang hadir ditengah perbankan konvensional. Harus mampu bertahan dan bersaing dengan bank konvensional dengan cara terus meningkatkan jumlah nasabah serta memperluas *market share* nya. Strategi *market share* adalah strategi memperluas pasar pada pasar sasaran yang dituju. Strategi *market share* dilakukan dengan memadukan komponen-komponen yang ada pada *marketing mix* atau bauran pemasaran. BRISyariah KCP Bandar Sribhawono yang merupakan bank yang memiliki cukup banyak pesaing dari Bank Konvensional maupun BMT, oleh sebab itu, bank harus bisa mengoptimalkan strateginya dalam meningkatkan jumlah nasabahnya, agardapat bertahan dan bersaing dengan lembaga keuangan lain yang ada di Desa Sribhawono.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field research*), sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap Pimpinan Cabang Pembantu, *AO (Account Officer)*, *Branch Operasional Supervisor*, *AOM (Account Officer Micro)*, *Customer Service* dan Nasabah Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur. Sumber data penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan proses berfikir induktif.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa strategi *market share* Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur dalam peningkatan jumlah nasabah adalah dengan memadukan komponen-komponen yang ada pada *marketing mix* yaitu strategi promosi, strategi produk, strategi harga, strategi *service*, dan strategi distribusi. Namun, dari kelima strategi *market share* yang digunakan oleh bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, ada tiga strategi yang belum dilakukan secara maksimal, diantaranya adalah strategi promosi, strategi *service* dan strategi distribusi. Strategi yang paling dominan dilakukan bank adalah melakukan promosi kepada calon nasabah dengan memberikan brosur dan melakukan penjualan pribadi (*personal selling*), dengan cara promosi tersebut, nasabah akan mendapatkan informasi yang jelas mengenai keunggulan produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan, serta fasilitas-fasilitas yang akan diberikan. Meskipun bank belum melaksanakan strategi-strateginya secara maksimal, namun jumlah nasabahnya bank BRISyariah setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi yang sudah diupayakan bank sangat membantu dalam meningkatkan jumlah nasabah.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Liana Rusmala Dewi
NPM : 141266610
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 30 November 2018
Yang Menyatakan,




Liana Rusmala Dewi
NPM. 141266610

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan
Katakanlah Perkataan yang benar”¹*

(Q.S al- Ahzab ayat 70)

¹. Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Juz 1-30 Edisi Baru*, CV. Pustaka Agung Harapan, h. 604.

PERSEMBAHAN

Dipersembahkan kepada:

1. Kedua Orangtua saya, Ibu Ruswanti dan Bapak Sugiyono terimakasih atas limpahan doa dan kasih sayang tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik.
2. Adik-adik saya tercinta Dwiky Hermawan dan Tio Adi Hermawan yang telah memberikan semangat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan taufiq dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Market Share* Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Bank BRISyariah Bandar Sribhawono Lampung Timur)”. sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Strata Satu (S1) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelas SE.

Penyelesaian penulisan skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor IAIN Metro Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag.
2. Dekan Fakulatar Ekonomi dan Bisnis Islam Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M. Hum.
3. Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Ibu Liberty, SE, MA.
4. Pembimbing I Ibu Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag dan pembimbing II ibu Suraya Murcitaningrum, M.S.I yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.
5. Bapak dan Ibu dosen/karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas guna menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak kekurangan, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Untuk itu kritik dan saran yang konstruktif sangat peneliti harapkan guna penyempurnaan penulisan ini. Akhirnya peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan Perbankan Syariah.

Metro, 30 November 2018

Peneliti

Liana Rusmala Dewi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN ABSTRAK.....	v
HALAMAN ORISINALITAS.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Penelitian Relevan.....	8

BAB II PEMBAHASAN

A. Strategi <i>Market Share</i>	12
1. Pengertian Strategi <i>Market Share</i>	12
2. Dasar Hukum Strategi <i>Market Share</i>	14

3. Macam-macam Strategi <i>Market Share</i>	17
4. Manfaat <i>Market Share</i>	25
B. Nasabah	26
1. Pengertian Nasabah	26
2. Jenis-jenis Nasabah	27
C. Perbankan Syariah	27
1. Pengertian Bank Syariah	27
2. Fungsi dan Peran Bank Syariah	28
3. Tujuan Bank Syariah.....	29
4. Produk-Produk Bank Syariah	29

BAB III METOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	35
B. Sumber Data	36
C. Teknik Pengumpulan Data	39
D. Teknis Analisis Data	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur	42
---	----

1. Perkembangan BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur.....	42
2. Struktur Organisasi BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur	44
B. Produk-Produk BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur.....	47
C. Strategi <i>Market Share</i> BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah.....	54
D. Analisis Strategi <i>Market Share</i> BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dalam Peningkatan Jumlah Nasabah.....	71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Jumlah Rekening Pendanaan dan Jumlah Rekening Pembiayaan	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehadiran Bank Syariah sebagai organisasi yang relatif baru menimbulkan tantangan yang besar. Bank syariah harus mampu bersaing dengan bank-bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya.

Perbankan syariah menjalankan fungsi yang sama dengan perbankan konvensional, yaitu sebagai lembaga *intermediasi*, menghimpun dana dan menyalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Meskipun keduanya menjalankan fungsi yang sama sebagai *financial intermediary institution* namun dari sisi durasi waktu operasional tidak dapat dibandingkan. Lembaga perbankan konvensional sudah sangat cukup mapan, dan karena itu, wajar jika hegemoni yang ditancapkan selama ini telah mengakar kuat dalam area perekonomian masyarakat. Sementara, lembaga perbankan syariah masih sangat muda.²

Perbedaan bank syariah dan bank konvensional adalah bank syariah hanya melakukan investasi-investasi yang halal saja, berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa, profit dan falah oriented, hubungan dengan nasabah dalam bentuk

². Muhammad, *Perbankan Syari'ah Problem dan Prospek Perkembangan Di Indonesia*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005), h. 107.

hubungan kemitraan, penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.³

Produk syariah baru dikenal di Indonesia di awal 1990-an, yaitu ketika bank Muamalat Indonesia berdiri.⁴ Diawal kemunculan bank syariah, tidak begitu banyak masyarakat bergeming untuk melihat keunggulan produk-produk yang mereka tawarkan. Hal tersebut karena banyak masyarakat masih belum mengerti mengenai sistem yang ditawarkan oleh bank-bank syariah tersebut.

Namun sampai saat ini, perkembangan perbankan syariah sudah semakin pesat hal ini karena antusias masyarakat Indonesia terhadap bank syariah. Bahkan saat ini banyak bank-bank non Syariah atau bank konvensional dalam institusinya telah membuka cabang bank syariah dan berencana menjadikan diri sepenuhnya menjadi bank syariah. Hal ini terbukti dengan lahirnya bank BRISyariah di Indonesia sebagai salah satu bank yang mulanya adalah bank konvensional dan kemudian membuka cabang bank dengan menggunakan prinsip syariah atau bisa disebut bank Islam, yang berada dibawah naungan BRI Konvensional, meskipun begitu bank BRISyariah telah melandaskan operasionalnya pada prinsip syariah secara utuh.⁵

Dilihat dari sisi perkembangan aset, penyaluran dana dan perkembangan jaringan kantornya, bank syariah memperlihatkan dinamika yang positif dari tahun ketahun menunjukkan grafik yang cenderung menaik.⁶

³. Muhammad Syafi'i Antoni, *Bank Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 34.

⁴. Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 21.

⁵. Hendika Bruri Pratama, *Branch Operasional Supervisor BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, Wawancara*, 12 Maret 2018.

⁶. Muhammad, *Perbankan Syari'ah Problem...*, h. 108.

Pesatnya perkembangan perbankan syariah yang hadir ditengah perbankan konvensional. Harus mampu bertahan dan bersaing dengan bank konvensional dengan caraterus meningkatkan jumlah nasabah serta memperluas *market share* nya.

Besarnya *market share* atau pangsa pasar setiap saat akan berubah sesuai dengan perubahan selera konsumen, atau berpindahnya minat konsumen dari suatu produk ke produk lain. Dengan meningkatkan volume penjualan produk atau jasa perusahaan pada suatu pasar sasaran, perusahaan akan meningkatkan pangsa pasarnya. Sehingga upaya-upaya perusahaan dalam peningkatan volume penjualan merupakan upaya perusahaan didalam meningkatkan pangsa pasar produk atau jasanya dalam suatu pasar.⁷

Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik benang merah bahwa besarnya *market share* sewaktu-waktu dapat berubah, maka dari itu dengan cara terus meningkatkan volume penjualan produk atau jasa perusahaan pada suatu pasar sasaran, perusahaan akan meningkatkan pangsa pasarnya.

Strategi *market share* dilakukan dengan memadukan komponen-komponen yang ada pada *marketing mix* atau bauran pemasaran. Komponen tersebut adalah strategi promosi, strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi service.⁸

⁷. Octavia, Formulasi Strategi Bisnis Pt. Bukit Asam Tbk Dalam Rangka Meningkatkan Pangsa Pasar (*Market share*), Program Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang, 2014, h. 8.

⁸. Ujang Sumarwan, Achmad Fachrodji, *Pemasaran Startegik: Perspektif Value-Based Marketing dan Pengukuran Kinerja*, (Bogor: IPB Press, 2010), h. 101.

Ketika produk sudah diciptakan, harga juga sudah ditetapkan, dan tempat sudah disediakan, artinya produk tersebut telah siap untuk dijual. Agar produk laku di jual kepada masyarakat atau nasabah, maka masyarakat harus tau kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga, dan dimana dapat diperoleh serta kelebihan produk tersebut dibandingkan dengan produk pesaing.⁹ Selanjutnya nasabah akan mengambil keputusan untuk menggunakan jasa perbankan tersebut.

Hingga saat ini perbankan syariah di Indonesia sedang mengupayakan dan saling bekerjasama dalam meningkatkan *market share*. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan aset perbankan syariah dari tahun 2013 sampai 2017 yang selalu meningkat.

Pada tahun 2013 asetnya baru Rp. 248,11 triliun, kemudian naik di tahun 2014 sebesar Rp. 278,92 triliun, tahun 2015 sebesar 304 triliun, dan pada tahun 2016 menjadi 365,03 triliun dan hingga pada bulan Oktober 2017 *market share* aset perbankan syariah mencapai 5,5% dari keseluruhan industri perbankan nasional, dengan total aset perbankan syariah sebesar Rp. 406,23 triliun.¹⁰

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh peneliti, aset bank BRISyariah KCP Bandar Srihawono setiap tahunnya mengalami peningkatan. Secara otomatis BRISyariah KCP Bandar Srihawono sudah berkontribusi dalam meningkatkan aset dan *market share* perbankan syariah terhadap perbankan nasional.¹¹

⁹. M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 169.

¹⁰. www.katadata.co.id, diakses pada 13 April 2018.

¹¹. Adha Adi Tama, *Account Officer BRISyariah KCP Bandar Srihawono, Wawancara, 12 Maret 2018*.

Kerja keras untuk meningkatkan *market share* telah diupayakan oleh industri perbankan syariah termasuk pula BRISyariah. Usaha bank BRISyariah dalam meningkatkan *market share* terlihat dari pertumbuhan aset BRISyariah pada tahun 2017 meningkat menjadi Rp. 31,54 triliun pertumbuhan aset sebesar 14%, dimana pada tahun sebelumnya yakni 2016 sebesar 27,68 triliun.¹²

Peningkatan *market share* yang terjadi merupakan hasil dari strategi yang telah digunakan oleh perbankan syariah secara umum dan khususnya pula oleh bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dalam meningkatkan *market share* perbankan syariah di Indonesia. Salah satu dari komponen *marketing mix* dapat digunakan strategi pengembangan *share*.

Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur adalah Bank Syariah pertama yang berdiri di Desa Sribhawono, dan masih cukup muda, selama 9 tahun Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono berdiri, namun hingga saat ini aktivitas perekonomian desa Sribhawono masih dikuasai oleh Bank Konvensional karena Bank Konvensional lebih dahulu berdiri di Desa Sribhawono.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada salah satu *Account Officer Micro* Bank BRISyariah KCP Sribhawono bahwa bank konvensional yang berdiri di desa Sribhawono antara lain BRI Unit yang berdiri pada tahun 90-an Bank Danamon Simpan Pinjam yang berdiri pada tahun 2004, BTPN yang berdiri pada tahun 2009, BRI KCP berdiri pada tahun 2012, Bank Mandiri Mitra Usaha berdiri pada tahun 2011, Bank Sampoerna berdiri pada tahun 2012, Bank Ulam berdiri pada tahun 2012, dan Bank Mikro Laju Niagaberdiri pada tahun 2012. Sedangkan

¹². *Ibid.*

Bank BRISyariah KCP Sribhawono sendiri berdiri pada tahun 2011, sebelum BRISyariah membuka kantor cabang pembantu di desa Sribhawono, pada tahun 2010 Bank BRISyariah Sribhawono beroperasi dengan sistem mobile tim yaitu bekerja didalam mobil.¹³

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan diketahui Bank BRISyariah memiliki tantangan yang cukup berat karena pesaing bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono ini adalah bank-bank konvensional yang cukup banyak yakni ada sembilan bank konvensional dan tiga BMT. BRISyariah yang merupakan bank Syariah satu satunya di Desa Sribhawono harus memiliki strategi *market share* yang tepat, agar dapat bersaing dan meningkatkan jumlah nasabahnya.

Berdasarkan masalah yang terjadi, bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono memiliki cukup banyak pesaing. Oleh karena itu, bank harus bisa mengoptimalkan strateginya dalam meningkatkan jumlah nasabah supaya dapat bersaing dengan lembaga keuangan lain yang ada di desa Sribhawono. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah menggunakan strategi *market share* dengan memadukan komponen-komponen *marketing mix*, komponen-komponen tersebut adalah strategi promosi, strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi service.

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti masalah tersebut lebih mendalam dan menuangkan dalam bentuk tulisan yang berjudul: "Strategi *Market Share* Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Pada

¹³. Emilham, *Occount Officer Mikro BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, Wawancara*, 21 Maret 2018.

Perbankan Syariah(Studi Pada Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur)".

B. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah pada perbankan syariah studi pada Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah pada perbankan syariah studi pada Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

a. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian yang dilakukan bisa dijadikan sebagai wahana untuk menerapkan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan bagi peneliti dalam memahami ilmu pengetahuan di bidang Perbankan Syariah khususnya mengenai strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah pada perbankan syariah dan juga sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat menjadi bahan perbandingan dalam

melakukan penelitian di masa datang, khususnya penelitian mengenai strategi *market share* tentunya dengan objek penelitian yang berbeda.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis dapat digunakan sebagai salah satu koreksi dan masukan bagi lembaga keuangan bank atau pimpinan lembaga keuangan bank dalam merancang dan mempertimbangkan strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah.

D. Penelitian Relevan

Penelitian ini mengenai strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah pada perbankan syariah (studi pada Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur), berdasarkan eksplorasi peneliti, ditemukan beberapa tulisan yang berkaitan dengan penelitian ini.

Pertama, Tugas Akhir dari Mahdaleni pada tahun 2014 yang berjudul Strategi pemasaran produk tabungan wadi'ah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah (studi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Metro), dalam Tugas akhir ini di jelaskan tentang bagaimana strategi pemasaran produk tabungan wadi'ah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, dengan menggunakan analisis bauran pemasaran atau *marketing mix*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahdaleni menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh BMI KCP Metro adalah 4P, dalam strategi produk strategi yang digunakan adalah menawarkan beragam manfaat yang menguntungkan bagi

nasabah dan melakukan *redesaint benefit*. Dalam strategi harga, BMI KCP Metro memberikan biaya administrasi yang relatif murah, hal ini agar nasabah tidak merasa terbebani dengan biaya administrasi. Dalam strategi promosi, menggunakan periklanan radio, menyebar brosur, dan penyebaran pribadi dengan cara seorang marketing ketempat nasabah tinggal dan melakukan kerjasama kelembagaan (cobranding). Saluran distribusi menggunakan sistem jemput bola. Strategi yang paling efektif digunakan adalah colbanding dan penyebaran brosur.¹⁴

Kedua, Tugas Akhir dari Nova Prasetyawati tahun 2015, yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Dalam skripsi ini peneliti meneliti tentang strategi pemasaran yang dilakukan BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah*, strategi apa yang paling tepat dan faktor-faktor dalam peningkatan jumlah nasabah. Dari hasil penelitian strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran menggunakan bauran pemasaran, dengan metode promosi yang paling dominan. Alat promosi melalui media cetak brosur dan personal selling. Metode personal selling yang paling efektif dalam menjelaskan produk-produk BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran karena bertatap langsung dengan nasabah sehingga mempermudah nasabah

¹⁴. Mahdaleni, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Metro)*, Tugas Akhir (Metro: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jurai Siwo Metro, 2014), Dipublikasikan.

untuk memahami dan mengerti informasi tentang produk pembiayaan *murabahah* yang ditawarkan.¹⁵

Ketiga, skripsi dari Amsary Lutfi pada tahun 2017 yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Pada BMT Al-Hasanah Lampung Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung. Hasil penelitian dari judul tersebut strategi pemasaran pada BMT Al-Hasanah Lampung dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Islam yaitu dengan meningkatkan sumber daya Insani dalam proses pelayanan kepada nasabah (sasaran untuk semua produk), meningkatkan kegiatan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat baik dilakukan dengan *door to door* maupun silaturahmi di sebuah acara, dengan cara mempromosikan melalui periklanan berupa spanduk maupun brosur (sasaran untuk semua produk), memberikan pinjaman *Qordhul Hasan* bagi pelaku usaha kecil yang mempunyai potensi dalam berwirausaha (sasaran untuk produk pembiayaan), memberikan apresiasi kepada nasabahnya khususnya untuk produk simpanan yang meningkatkan jumlah saldo tabungannya (sasaran untuk produk simpanan).¹⁶

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut di atas, penelitian yang dilakukan oleh peneliti sama-sama mengkaji tentang strategi yang digunakan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah. Namun, objek yang diteliti berbeda. Penelitian

¹⁵. Nova Prasetyawati, *Analisis Strategi pPemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran*, Tugas Akhir (Salatiga: Institut Agama Islam Negeri), Dipublikasikan.

¹⁶. Amsary Lutfi, *Analisis Strategi Pemasaran Pada BMT Al-Hasanah Lampung Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi (Bandar Lampung : IAIN Raden Intan, 2017), Dipublikasikan.

yang dilakukan oleh Mahdaleni tentang Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Wadi'ah* Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Amsary Lutfi membahas tentang Strategi Pemasaran Pada BMT Al-Hasanah Lampung Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Islam. Dan penelitian yang dilakukan oleh Nova Prasetyawati membahas tentang Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah paada pembiayaan murabahah di BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran. Ketiga penelitian tersebut sama-sama mengfokuskan pada strategi dalam peningkatan jumlah nasabah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi *Market Share*

1. Pengertian Strategi *Market Share*

Strategi berasal dari kata bahasa asing *strategy* yang berarti cara mencapai tujuan akhir yang diimpikan. Impian yang dimaksud di sini bukanlah merupakan situasi atau kondisi yang ada dan berlaku paa saat ini, melainkan situasi dan kondisi yang diidamkan dan terwujud dimasa yang akan datang.¹⁷

Strategi dalam pemasaran merupakan suatu cara untuk memenangkan “perang”. Strategi penting dan diperlukan dalam bisnis syariah, sehingga strategi harus direncanakan sedemikian rupa untuk dapat mencapai tujuan dari suatu usaha.

Perencanaan strategi merupakan proses manejerial untuk menghasilkan dan mempertahankan kesesuaian antara sasaran dan sumber daya organisasi dengan peluang pasar (*market oportunities*) yang timbul. Tujuan dari perencanaan strategi adalah menghasilkan laba, dan pertumbuhan angka panjang.¹⁸

Selain itu dalam menjalankan strateginya dimana strategi dan taktik memang beda tipis dengan “tipu daya”, dan tipu daya dilarang dalam Islam karena tipu daya mengandung penipuan, kecurangan dan kezaliman,

¹⁷. Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 15.

¹⁸. Lamb, Hair, Mc Daniel, *Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 34.

sementara ketiga hal ini dilarang oleh Allah. Karena itu dalam strategi maupun taktik pemasaran, haruslah senantiasa terbebas dari tipu daya.¹⁹

Sedangkan *Market share* adalah besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dalam persentase. Untuk dapat bertahan pada pangsa pasar yang sama dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif. Salah satunya strategi yang efektif adalah dengan keunggulan bersaing suatu perusahaan.²⁰

Persaingan perusahaan di era globalisasi bukan dimaksudkan untuk menyerang perusahaan lain, namun ditujukan untuk menciptakan cara bagaimana meningkatkan pangsa pasar (*market share*) penjualan produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan. Pangsa pasar yang lebih besar dapat dicapai perusahaan melalui peningkatan penjualan produk atau jasa perusahaan. Penjualan produk atau jasa yang memenuhi skala ekonomi yang cukup akan memudahkan perusahaan memperoleh laba yang tinggi yang diperlukan untuk tetap beroperasi dan mempercepat pertumbuhannya. Lingkungan internal dan eksternal perusahaan memiliki pengaruh terhadap strategi bisnis yang dirancang perusahaan dengan tujuan meningkatkan kemampuan bersaingnya.²¹

¹⁹. Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), h. 440.

²⁰. Lydia Apriliani, Augusty Tae ferdinand, "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Dalam Meningkatkan Market share", *Diponegoro Journal Of Management*, (Volume 4, Nomor 3, Tahun 2015), h. 2.

²¹. Octavia ,*Formulasi Strategi Bisnis Pt. Bukit Asam Tbk Dalam Rangka Meningkatkan Pangsa Pasar (Market share)*, Program Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang, 2014, h. 1.

Besarnya pangsa pasar setiap saat akan berubah sesuai dengan perubahan selera konsumen, atau berpindahnya minat konsumen dari suatu produk ke produk lain. Agar dapat bertahan di pasar, suatu perusahaan harus memiliki strategi yang lebih efektif dibandingkan pesaing yang ada.

Jadi, strategi *market share* adalah strategi memperluas pasar pada pasar sasaran yang dituju. Strategi *market share* dilakukan dengan memadukan komponen-komponen yang ada pada *marketing mix* atau bauran pemasaran. Komponen salah satu dari *Marketing mix* dapat digunakan sebagai strategi pengembangan *share* yaitu strategi promosi, strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi service.

2. Dasar Hukum Strategi *Market Share*

Spiritual marketing menganggap pesaing bukan sebagai musuh, justru dalam spiritual marketing menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan selalu memelihara hubungan baik dan kemitraan dengan pesaing. Persaingan adalah hal yang baik karena akan turut membesarkan pasar. Karena itu, dalam spiritual marketing pesaing akan lebih ditempatkan sebagai mitra ketimbang sebagai musuh yang harus dihancurkan. Spiritual marketing bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat.

Allah berfirman dalam Q.S al-Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar.*²²

Tafsir ayat tersebut adalah Allah Swt memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman agar menyempurnakan imannya dengan bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka menyembah-Nya dengan penuh ketekunan seakan-akan mereka menghadapi-Nya dan melihatnya dengan mata dan kepala. Dan hendaklah mereka mengucapkan ucapan-ucapan benar, lurus, dan tidak berbelit-belit.²³

Perilaku atau etika berbisnis menjadi acuan utama dalam bisnis modern yang mulai kembali merangkul roh religiositas. Dari prinsip ini muncul keharusan untuk menegakkan kejujuran dan kebenaran.²⁴

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa Allah memerintahkan semua muslim untuk berbicara benar dan jujur dalam segala urusan dan perkataan, termasuk dalam melakukan pemasaran para pemasar harus jujur dalam menyampaikan produk yang dijualnya, tidak boleh melakukan kebohongan atau terlalu melebih-lebihkan atas produk yang dijualnya hanya untuk mengejar target penjualan.

Transaksi ekonomi dalam bentuk apapun yang dilakukan bank dengan pihak lain terutama nasabah harus didasarkan pada prinsip rela sama rela.²⁵

²². Ibnu Katsir. *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsir* diterjemahkan oleh Salim Bahreisy, Said Bahreisy, dari judul asli *MuhtasaruTafsirubnu Katsir*. PT Bina Ilmu: Surabaya, 2006, Jilid 6, h. 346.

²³. *Ibid*, h. 347

²⁴. Abd Shomad, *Hukum Islam Penormaan Prinsip Syariah Dalam Hukum Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 86.

Firman Allah Q.S an-Nisa ayat 29

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ... ﴿٢٩﴾

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.*²⁶

Tafsir ayat tersebut adalah bahwa Allah swt. melarang hamba-hambanya yang mukmin memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil cara-cara mencari keuntungan yang tidak sah dan melanggar syariat seperti riba, perjudian dan yang serupa dengan itu dari macam-macam tipu daya seakan-akan sesuai dengan hukum syari'at. Tetapi Allah mengetahui bahwa apa yang dilakukan itu hanya suatu tipu muslihat dari si pelaku untuk menghindari ketentuan hukum yang digariskan oleh syariat Allah. Allah mengecualikan dari larangan ini mencari harta dengan jalan perniagaan yang dilakukan atas dasar suka sama suka oleh kedua belah pihak yang bersangkutan.²⁷

Berdasarkan tafsir ayat tersebut apabila dikaitkan dengan pemasaran dalam perbankan syariah adalah bahwa dalam melakukan pemasaran para pemasar hendaklah menawarkan produk layanan dan jasa yang benar-benar halal serta tidak mengandung riba selain itu diantara pihak memiliki kesempatan

²⁵. *Ibid*, h. 89.

²⁶. Ibnu Katsir. *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsir* diterjemahkan oleh Salim Bahreisy, Said Bahreisy, dari judul asli *MuhtasaruTafsirubnu Katsir*. PT Bina Ilmu: Surabaya, 2000, Jilid 2 h. 368.

²⁷. *Ibid*, h. 369.

yang sama untuk menyatakan keinginannya dalam mengadakan transaksi dan berlandaskan pada asas saling ridha, saling iklas.

3. Macam-macam Strategi *Market Share*

Faktor-faktor bauran pemasaran dapat mempengaruhi market share. Ada beberapa komponen dari *marketing mix* digunakan sebagai strategi pengembangan *share* atau strategi *market share*, yaitu:

a. Strategi Produk (Product)

Strategi produk yaitu menciptakan minat dan kesuksesan terhadap produk (*Product Attractiveness*).²⁸ Produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tapi membeli manfaat (*benefit*) dan nilai (*value*) dari produk tersebut terutama pada produk jasa yang kita kenal tidak menimbulkan beralihnya kepemilikan dari penyedia jasa kepada konsumen.²⁹ Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dengan riset pasar.³⁰

Berbicara tentang produk berarti yang menjadi fokus utama adalah kualitas. Untuk jasa kualitas sangat bergantung pada faktor-faktor *reliability responsiveness assurance* dan *empathy*. Marketer harus dapat

²⁸. Ujang Sumarwan, Achmad Fachrodji, *Pemasaran Startegik: Perspektif...*, h. 135.

²⁹. Rambat Lupiyoadi, *Pemasaran Jasa*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), h. 4.4.

³⁰. M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 15.

mengembangkan nilai tambah dari produknya selain *basic features*-nya, supaya dapat dibedakan dan bersaing dengan produk lain, untuk dapat menciptakan image.³¹ Selain itu, faktor-faktor yang terkandung dalam suatu produk adalah mutu dan kualitas, penampilan (*features*), pilihan yang ada (*options*), gaya (*styles*), merek (*brand names*), pengemasan (*packaging*), ukuran (*size*), jenis (*product lines*), macam (*product items*), jaminan (*warranties*), dan pelayanan (*service*).

Strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.³²

b. Strategi Harga (*Price*)

Strategi harga yaitu mendorong kesungguhan konsumen untuk membeli dengan menciptakan harga yang dapat diterima (*Price Acceptable*).³³ Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi

³¹.Rambat Lupiyoadi, *Pemasaran Jasa...*,h. 4.5.

³². Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran...*, h. 199-200.

³³.Ujang Sumarwan, Achmad Fachrodji, *Pemasaran Startegik: Perspektif...*, h. 135.

tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.³⁴

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.³⁵ Harga juga merupakan suatu senjata untuk berkompetisi. Dengan situasi perekonomian yang sulit pada saat ini maka strategi harga yang rasional atau murah menjadi kunci sukses penyedia jasa.³⁶

c. Strategi Promosi (Promotion)

Strategi Promosi yaitu menciptakan kepedulian konsumen terhadap produk (*Product Awareness*).³⁷ Promosi merupakan salah satu unsur variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antar perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen, dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.³⁸ Tujuan yang diharapkan dari

³⁴. Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran...*, h. 223.

³⁵. M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, h. 15.

³⁶. Rambat Lupiyoadi, *Pemasaran Jasa...*, h. 4.20.

³⁷. Ujang Sumarwan, Achmad Fachrodji, *Pemasaran Startegik: Perspektif...*, h. 135.

³⁸. Rambat Lupiyoadi, *Pemasaran Jasa...*, h. 4.32.

promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.³⁹

Produk sudah diciptakan, harga juga sudah ditetapkan, dan tempat sudah disediakan, artinya produk tersebut telah siap untuk dijual. Agar produk laku di jual kepada masyarakat atau nasabah, maka masyarakat harus tahu kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga, dan dimana dapat diperoleh serta kelebihan produk tersebut dibandingkan dengan produk pesaing.⁴⁰ Untuk selanjutnya nasabah akan mengambil keputusan untuk menggunakan jasa perbankan tersebut. Salah satu dari komponen *marketing mix* yang menjadi faktor dari peningkatan jumlah nasabah adalah promosi.

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal dan mengetahui bank apalagi produk-produknya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.⁴¹

³⁹. M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, h. 15.

⁴⁰. *Ibid*, h. 169.

⁴¹. *Ibid.*,

Adapun alat yang digunakan untuk mempromosikan produk suatu bank adalah dengan beberapa cara yaitu *Advertising*, *personal selling*, dan *selling promotion*, *Public Relations* dan *Publicity*.

1) *Advertising*

Advertising (periklanan) ialah bentuk presentasi atau penyajian dan promosi mengenai ide, barang-barang, atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu.⁴² *Advertising* (periklanan) digunakan untuk menanamkan citra jangka panjang dan suatu cara yang efisien untuk mencapai sejumlah calon nasabah.⁴³ *Advertising* dapat dilakukan oleh bank melalui media televisi, radio, surat kabar, spanduk, dan internet.

2) *Personal selling*

Personal selling adalah presentasi melalui satu atau dua orang penjual untuk tujuan melakukan penjualan.⁴⁴ Dalam perbankan *personal selling* merupakan kegiatan bank untuk melakukan kontak langsung dengan para nasabah maupun para calon nasabahnya. Kegiatan ini digunakan bank untuk menginformasikan produk secara langsung kepada calon nasabah, mengenalkan produk secara langsung, meyakinkan dan membuat calon nasabah agar percaya akan keunggulan produk yang ditawarkan.

⁴². Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 205.

⁴³. M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, h. 170.

⁴⁴. *Ibid.*

3) *Selling promotion*

Selling promotion, merupakan kegiatan bank dalam menawarkan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga nasabah akan mudah untuk melihatnya.⁴⁵ Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui beberapa cara: *pertama*, pemberian tingkat bagi hasil khusus. *Kedua*, pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu. *Ketiga*, pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang setia, serta bentuk promosi penjualan lainnya.⁴⁶

4) *Public relations*

Public relations tujuannya ialah untuk memberikan citra yang baik dari masyarakat kepada perusahaan.⁴⁷ Perusahaan yang bijaksana mengambil langkah-langkah konkret untuk mengelola hubungan yang berhasil dengan masyarakat-masyarakat utamanya.⁴⁸ Alat *public relation* yang dapat digunakan adalah

⁴⁵. Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 393-394.

⁴⁶. M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, h. 178.

⁴⁷. Buchari Alma, *Kewirausahaan...*, h. 205.

⁴⁸. Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (PT Macanan Jaya Cemerlang, 2007), h. 277.

hubungan *pers*, pemberitahuan produk, komunikasi korporat, *lobby* dan Pemberian saran.⁴⁹

5) *Publicity*

Publicity merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan pameran, pembukaan stan promosi di pusat pembelanjaan, sponsorship kegiatan, program *Corporate Social Responsibility* (CSR), mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal seperti penggalangan dana untuk para korban bencana alam, serta kegiatan lainnya. Tujuan kegiatan ini adalah agar nasabah dapat mengenal bank lebih dekat, dengan ikut kegiatan tersebut nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah.⁵⁰

d. Strategi Distribusi (*Place*)

Strategi Distribusi berkaitan dengan bank dalam menyalurkan produk kepada masyarakat sesuai dengan produk yang cocok untuk nasabah berdasarkan tipe nasabah. Tujuannya dari strategi distribusi adalah untuk memastikan bahwa produk yang digunakan oleh nasabah itu benar-benar cocok untuk nasabah. Sebelum bank memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusinya. Disini penting sekali perantara dan pemilihan saluran distribusinya.

⁴⁹. *Ibid.*,

⁵⁰. M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, h. 185.

Perantara ini sangat penting karena dalam segala hal mereka berhubungan dengan nasabah.⁵¹

e. Strategi Layanan (*Service*)

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, menciptakan pengalaman yang baik bagi konsumen sesudah melakukan pembelian dan mempertahankan pelanggannya untuk tetap loyal (*Service Experience*).⁵² Ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.⁵³

Standar layanan perbankan sangat penting mengingat industri perbankan berkembang semakin pesat seiring dengan kebutuhan nasabah juga semakin meningkat dan kompleks, serta membutuhkan standar penampilan, pengetahuan, dan keterampilan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank.⁵⁴

Secara umum standar layanan perbankan yang harus dipenuhi, meliputi:⁵⁵

- 1) Standar penampilan petugas
- 2) Standar Kebersihan dan kerapihan ruang kerja

⁵¹. Buchari Alma, *Kewirausahaan...*, h. 204.

⁵². Ujang Sumarwan, Achmad Fachrodji, *Pemasaran Startegik: Perspektif...*, h. 135.

⁵³. Buchari Alma, *Kewirausahaan...*, h. 220

⁵⁴. Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 190.

⁵⁵. *Ibid.*,

- 3) Pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan
- 4) Standar komunikasi dengan nasabah
- 5) Standar penanganan keluhan nasabah

4. Manfaat *Market share*

Market share adalah sebuah indikator tentang apa yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terhadap kompetitornya dengan dukungan perubahan-perubahan dalam sales. Berikut adalah manfaat dari *market share*:⁵⁶

- a. Pemahaman tentang pangsa pasar dapat membantu manajer melakukan evaluasi terhadap permintaan utama (*primer demand*) maupun seleksi pasar. Hal ini berarti pemahaman terhadap pangsa pasar ini juga memungkinkan para manajer untuk mengevaluasi tidak hanya market *growth* (pertumbuhan pasar) total atau penurunannya tapi juga *tren* dalam seleksi konsumen diantara kompetitor.
- b. Membantu manajer pemasaran dalam menerjemahkan *target sales*-nya kedalam *market share* untuk menunjukkan prediksi tercapainya target pertumbuhan pada *market* atau mendapatkan *share* dari kompetitornya.
- c. Manajer pemasaran menggunakan 4P dari strategi bauran *marketing* (*product, price, place, promotion*) untuk menarik customer dan mengembangkan pangsa pasar bagi produk perusahaan. Para manajer dapat menaksir kinerjanya yang dibandingkan dengan kompetitornya untuk mengukur kesuksesannya.
- d. Pemahaman mengenai pangsa pasar akan membantu manajemen perusahaan untuk mengevaluasi keberhasilan upayanya dalam menembus pasar relatif terhadap kompetitornya.

Para manajer pemasaran perlu menganalisis pangsa pasar perusahaan secara mendalam agar lebih baik dalam memahami sumber-sumber kinerja pangsa pasarnya.

B. Nasabah

1. Pengertian Nasabah

⁵⁶. Ujang Sumarwan, Achmad Fachrodji, *Pemasaran Startegik: Perspektif...*, h. 104.

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.⁵⁷ Nasabah adalah (1) setiap orang yang datang untuk bertransaksi; (2) setiap orang yang menelpon ke bank yang mendapat informasi dan (3) setiap orang (teman sejawat) yang ada di kantor (satu bagian, bagian lain, atau cabang lain).⁵⁸ Nasabah adalah sasaran pasar bagi bisnis perbankan, untuk menggunakan produk dan jasa perbankan.

Nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu bank harus dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut diputar oleh bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank.

Nasabah memiliki keinginan-keinginan terhadap bank syariah, sehingga nantinya ia menjadi pelanggan bank syariah. keinginan-keinginan yang harapannya dapat diperoleh dari bank adalah tersenyum kepadanya, disapa dengan ramah, disebut namanya saat komunikasi, didengar dengan baik saat menyampaikan kebutuhan dan kesulitannya, tidak membagi perhatiannya dengan hal-hal lain, cepat, tanggap dan akurat, ucapan terimakasih dan kesan terakhir yang manis, *Banking hall* yang bersih dan nyaman, tempat parkir yang luas dan mudah.⁵⁹

⁵⁷. Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 ayat 16.

⁵⁸. Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), h. 229.

⁵⁹. *Ibid.*,

2. Jenis-Jenis Nasabah

Jenis-jenis nasabah dibagi menjadi dua yaitu:⁶⁰

a. Nasabah Penyimpan

Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

b. Nasabah Debitur

Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

C. Perbankan Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Sebagaimana telah dijelaskan secara khusus dalam Undang-Undang No. 21 tahun 2008, tentang Perbankan Syariah Pasal 1 disebutkan bahwa “Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.”⁶¹

Bank Islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada Abad pertama Islam,

⁶⁰. Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 ayat 17 dan ayat 18.

⁶¹. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 16.

menggunakan konsep berbagi risiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya.⁶²

Berdasarkan pemaparan di atas perbankan syariah adalah suatu lembaga keuangan bank yang melakukan penghimpunan dan penyuluhan dana, kelembagaan dan segala proses kegiatannya yang didasarkan pada prinsip Islam.

2. Fungsi dan Peran Perbankan Syariah

Fungsi dan peran bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*), sebagai berikut:⁶³

- a. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah
- b. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya,
- d. Pelaksanaan kegiatan sosial sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

3. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut:⁶⁴

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk ber-*muamalah* secar Islam, khususnya *muamalah* yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha atau

⁶². Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan...*, h. 15.

⁶³. Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2007), h. 45.

⁶⁴. *Ibid.*,

- perdagangan lain yang mengandung unsur *gharar* (tipuan), dimana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.
- b. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
 - c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.
 - d. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan yang pada umumnya berupa program dari negara-negara yang sedang berkembang. Upaya bank syariah di dalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol sifat kebersamaan dari siklus usaha yang lengkap seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja dan program pengembangan usaha bersama.
 - e. Untuk menjaga stabilitas moneter. Dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi di antara lembaga keuangan.
 - f. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non-syariah.

4. Produk-Produk Bank Syariah

a. Produk Penghimpunan Dana

Kegiatan menghimpun dana (*funding*) merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal juga dengan kegiatan *funding*. Kegiatan membeli dana dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Simpanan sering disebut dengan nama rekening atau *account*. Jenis-jenis simpanan yang ada diantaranya simpanan giro, tabungan, dan deposito.⁶⁵ Dalam penerapannya, produk tersebut dilaksanakan melalui akad *wadi'ah* dan *mudharabah*.

1) Prinsip *Al-Wadi'ah* (Simpanan)

⁶⁵. Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 33.

Al-Wadi'ah atau dikenal dengan nama titipan atau simpanan, merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perseorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja apabila penitip menghendaki.⁶⁶

Berdasarkan kewenangan yang diberikan, wadi'ah dibedakan menjadi dua yaitu *wadi'ah ya dhamanah* yang berarti penerima titipan berhak mempergunakan dana/barang titipan untuk di dayagunakan, tanpa ada kewajiban untuk memberikan imbalan kepada penitip dengan tetap pada kesepakatan dapat diambil setiap saat. Sedangkan wadi'ah amanah tidak memberikan kewenangan kepada penerima titipan untuk mendayagunakan barang/dana yang dititipkan.⁶⁷

2) Prinsip *Mudharabah*

Dalam akad mudharabah, nasabah yang menyimpankan uangnya di bank bertindak sebagai sohibul mal (pemilik dana) dan bank sebagai mudharib (pengelola). Nasabah pun berhak menerima bagi hasil dari akad tersebut. Akad ini pun diaplikasikan dalam dua bentuk, yaitu mudharabah mutlaqoh dimana nasabah membebaskan bank untuk memutar dana tersebut dalam bentuk usaha apapun, dan mudharabah muqayyadah yang berarti bahwa nasabah membatasi bank untuk menginvestasikan dana kedalam usaha tertentu saja.

⁶⁶. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan...*, h. 30.

⁶⁷. *Ibid*,.

Prinsip mudharabah dalam produk bank syariah dapat dikembangkan untuk produk jenis giro, tabungan, maupun deposito.⁶⁸

2. Produk Penyaluran Dana

Bank menyalurkan dananya dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.⁶⁹

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, produk pembiayaan syariah diantaranya yaitu:

a. Prinsip Jual beli

Prinsip Jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Prinsip ini dibagi sebagai berikut:

1) Pembiayaan *Murabahah*

Bai'al murabahah merupakan kegiatan jual beli pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini penjual harus terlebih dulu memberitahukan harga pokok yang ia beli ditambah keuntungan yang diinginkan.⁷⁰

⁶⁸. Sri Indah Niken Sari, *Perbankan Syariah*, (Semarang : Pustaka Rizki Putra, 2012), h. 129.

⁶⁹. Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), h. 17.

⁷⁰. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan...*, h. 34.

2) Pembiayaan *Salam*

Bai' As-Salam artinya pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka. Prinsip yang harus dianut adalah harus diketahui terlebih dulu jenis, kualitas, dan jumlah barang dan hukum awal pembayaran harus dalam bentuk uang.⁷¹

3) Pembiayaan *Istisna*

Transaksi *bai' al-istishna'* merupakan kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang. Dalam, kontrak ini, pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Pembuat barang lalu berusaha melalui orang lain untuk membuat atau membeli barang menurut spesifikasi yang telah disepakati dan menjualnya kepada pembeli akhir. Kedua belah pihak bersepakat atas harga serta sistem pembayaran, apakah pembayaran dilakukan dimuka, melalui cicilan, atau ditangguhkan sampai suatu waktu pada masa yang akan datang.⁷²

b. Prinsip Bagi Hasil

1) *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan risiko usaha akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.⁷³

⁷¹. *Ibid.*,

⁷². Muhammad Syafi'i Antoni, *Bank Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 35.

⁷³. *Ibid*, h. 90.

2) *Mudharabah*

Mudharabah adalah akad kerjasama antara dua pihak, dimana pihak pertama (*sohibul maal*) menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Apabila rugi, kerugian tersebut akan ditanggung pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian pengelola. Apabila kerugian itu bukan akibat dari kelalaian pengelola, pengelola bertanggung jawab mengatasinya.⁷⁴

c. Prinsip Sewa

1) *Al- Ijarah*

Pengertian *al-ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu.⁷⁵

d. Akad Pelengkap

1) *Qord*

Qord adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.⁷⁶

⁷⁴. *Ibid*, h. 95.

⁷⁵. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan...*, h. 36.

2) *Al Wakalah*

Wakalah atau *wakilah* artinya penyerahan atau pendelegasian atau pemberian mandat dari satu pihak pada pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati oleh pemberi mandat.⁷⁷

⁷⁶. Muhammad Syafi'i Antoni, *Bank Syariah...*, h. 131.

⁷⁷. Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan...*, h. 36.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dipakai oleh peneliti termasuk jenis penelitian lapangan (*field reseach*). Penelitian lapangan adalah suatu pemeriksaan atau pengujian yang teliti dan kritis dalam mencari fakta, atau prinsip-prinsip penyelidikan yang tekun guna memastikan suatu hal.⁷⁸ Penelitian lapangan ini dilakukan dengan meneliti objek secara langsung lokasi yang akan diteliti agar mendapat hasil yang maksimal. Dalam hal ini lokasi penelitian adalah Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian, yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.⁷⁹

Berdasarkan penjelasan di atas, dalam penulisan hasil penelitian ini adalah mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis fakta dan fenomena mengenai strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah

⁷⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 3.

⁷⁹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 34.

pada perbankan syariah (studi pada Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur).

B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.⁸⁰ Dikarenakan sumber data merupakan salah satu hal yang sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan beberapa sumber data, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan.⁸¹ Untuk menjawab pertanyaan peneliti, dalam penelitian ini peneliti memperoleh sumber data primer dari Pimpinan Cabang Pembantu, *AO (Account Officer)*, *Branch Operasional Supervisor*, *AOM (Account Officer Micro)* dan *Customer Service* dan Nasabah. Karena penelitian ini juga mencari data dari nasabah, mengetahui tahun 2017 sebanyak 7.358 nasabah apabila dilakukan wawancara secara keseluruhan nasabah tentunya akan menghabiskan banyak waktu, dengan menggunakan teknik sampling, selain akan menghemat waktu juga mempermudah peneliti dalam menggali informasi.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini diminta memilih

⁸⁰. M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 129.

⁸¹. Husein Umar, *Metode Penelitian..*, h. 42.

responden lain untuk dijadikan sampel lagi, begitu seterusnya sehingga jumlah sampel terus menjadi banyak.⁸²

Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Dengan demikian jumlah sampel sumber data akan semakin besar, seperti bola salju yang menggelinding, lama-lama menjadi besar.⁸³

Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung (*emergency sampling design*). Caranya yaitu, peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data atau informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya. Peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap. Unit sampel yang dipilih makin lama makin terarah sejalan dengan makin terarahnya fokus penelitian. Dalam proses penentuan sampel, berapa besar sampel tidak dapat ditentukan sebelumnya. Penentuan unit sampel (responden) dianggap telah memadai apabila telah sampai kepada taraf "*redudency*" (datanya telah jenuh, ditambah sampel lagi tidak memberikan informasi yang baru), artinya bahwa dengan menggunakan responden selanjutnya boleh dikatakan tidak lagi diperoleh tambahan informasi baru yang berarti.⁸⁴

⁸² Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 91.

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 219

⁸⁴ *Ibid.*, h. 221

Dalam penelitian ini, peneliti memilih nasabah diantaranya yaitu nasabah penyimpan dan nasabah debitur sebagai sampel untuk dijadikan sumber data. Dimana jumlah sampel tidak ditentukan tetapi terus mencari sumber data lain hingga mampu memberikan data yang memuaskan. Apabila data yang didapatkan belum memuaskan maka peneliti akan mencari nasabah lain yang dapat dijadikan sebagai sumber data, begitu seterusnya hingga data yang dikumpulkan telah sampai kepada taraf jenuh.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari sumber tidak langsung biasanya berupa dokumentasi dan arsip-arsip resmi.⁸⁵ Misalnya data mengenai keadaan demografi suatu daerah, data mengenai produktifitas suatu perguruan tinggi, data mengenai persediaan pangan suatu daerah, dan lain sebagainya.⁸⁶ Data sekunder umumnya diperoleh dari dokumen-dokumen seperti literatur dan arsip-arsip yang ada di bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono yang mempunyai keterkaitan dengan judul penelitian serta gambaran umum dari objek yang diteliti.

Sumber data sekunder yang peneliti gunakan berasal dari buku-buku, antara lain: buku karangan M. Nur Rianto Al-Arif yang berjudul *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* buku karangan Ujang Sumarwan, Achmad Fachrodji, yang berjudul *Pemasaran Startegik: Perspektif Value-Based Marketing dan Pengukuran Kinerja*, buku karangan Sofjan Assauri yang berjudul *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Serta beberapa dokumen-dokumen

⁸⁵. Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 368.

⁸⁶. Sumadi Suryabarata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2011), h.39.

lain, seperti sejarah berdirinya Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, visi-misi dan lain-lain terkait dengan objek penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian.⁸⁷ Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan pada bank BRISyariah Bandar Sribhawono mengenai strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah pada perbankan syariah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain :

1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.⁸⁸ Dalam hal ini, peneliti langsung mengajukan pertanyaan kepada Pimpinan Cabang Pembantu, AO (*Account Officer*), *Branch Operasional Supervisor*, AOM (*Account Officer Micro*), *Customer Service* dan nasabah. Pertanyaan yang diajukan adalah seputar strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah pada perbankan syariah.

⁸⁷. W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Gramedia, 2001). h. 110.

⁸⁸. M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 133.

Ada tiga jenis teknik wawancara, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur dan wawancara tak terstruktur.⁸⁹ Dari ketiga jenis tersebut, peneliti menggunakan teknik wawancara tak terstruktur dalam mengajukan pertanyaan kepada pihak bank. Sistem atau teknik wawancara ini dilakukan dalam bentuk model wawancara yang tidak terstruktur yaitu berupa dialog atau tanya jawab, hal ini dilakukan agar yang diwawancarai tidak kaku dalam menjawab pertanyaan, sehingga data-data dapat diperoleh semaksimal mungkin, akan tetapi tidak menyimpang dari standar pertanyaan yang dibutuhkan dan lebih diarahkan pada hal-hal yang menjadi objek permasalahan

2. Dokumentasi

Merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.⁹⁰ Dalam rangka mendapatkan data yang lengkap dan akurat, maka diperlukan bahan-bahan penunjang dari literatur yang membahas tentang strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah, yaitu dengan melalui penelusuran dokumen yang ada di perpustakaan dan data yang ada di Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono.

⁸⁹. Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 89.

⁹⁰. Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 152.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kualitatif, dalam penelitian kualitatif peneliti berangkat dari teori menuju data, dan terakhir pada penerimaan dan penolakan terhadap teori yang digunakan. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.⁹¹

Proses berfikir induktif tidak dimulai dari teori yang bersifat umum tetapi dari fakta atau data khusus berdasarkan pengamatan di lapangan atau pengalaman empiris. Data dan fakta hasil pengamatan empiris disusun, seolah, dikaji, untuk kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum.⁹²

Berdasarkan keterangan tersebut, maka berfikir secara induktif dalam penelitian ini nantinya akan membahas secara khusus tentang strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah pada perbankan syariah, kemudian dari strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah pada perbankan syariah tersebut dilakukan analisis dari strategi tersebut mana yang lebih efektif untuk diterapkan dalam usaha meningkatkan jumlah nasabah.

⁹¹. Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi...*, h. 34.

⁹² Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah, Makalah-Skripsi-Tesis-Disertasi*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2001), h. 7.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur

1. Perkembangan Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur

Berdirinya BRI Syariah sebagai salah satu bank syariah di tengah-tengah masyarakat Indonesia sehingga dapat diketahui dan dipahami kronologi historisnya. Berdirinya BRI Syariah berawal dari akuisisi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, terhadap Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007 dan setelah mendapat izin dari Bank Indonesia (BI) pada tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat Nomor: 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, kemudian pada tanggal 17 November 2008, PT. BRI Syariah resmi beroperasi. Awalnya PT BRI Syariah beroperasi secara konvensional, setelah itu diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.⁹³

BRI Syariah hadir sebagai sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial berdasarkan kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan yang lebih bermakna. BRI Syariah melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beraneka produk yang sesuai dengan harapan nasabah.

⁹³. Hendro Widodo, *PINCAPEM* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

Hadirnya BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo tersebut menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern.

Aktivitas BRI Syariah semakin kokoh setelah pada tanggal 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, untuk melebur ke dalam PT. BRI Syariah (*spin off process*) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan tersebut dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir sebagai Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, dan Bapak Ventje Rahardjo sebagai Direktur Utama PT BRI Syariah. BRI Syariah telah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan jumlah asetnya hingga saat ini.⁹⁴

BRI Syariah tumbuh sangat pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan maupun perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus di segmen menengah ke bawah, BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Berdasarkan penjabaran visinya, saat ini PT. BRI Syariah bersinergi dengan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, yang memanfaatkan jaringan kerja PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

⁹⁴. Hendro Widodo, *PINCAPEM* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

sebagai kantor layanan syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus pada penghimpunan dana dari masyarakat dan kegiatan lainnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

PT. BRI Syariah KCP. Sribhawono terletak di Jalan Raya Srimenanti, Sribhawono Kabupaten Lampung Timur. BRI Syariah KCP Bandar Sribhawono berbatasan dengan :⁹⁵

- a. Sebelah Timur : Bank Mandiri
- b. Sebelah Barat : Pemukiman Warga
- c. Sebelah Utara : Pemakaman
- d. Sebelah Selatan : Jl. Ir. Suratmin

Bangunan PT. BRI Syariah KCP. Sribhawono memiliki luas 66 m².

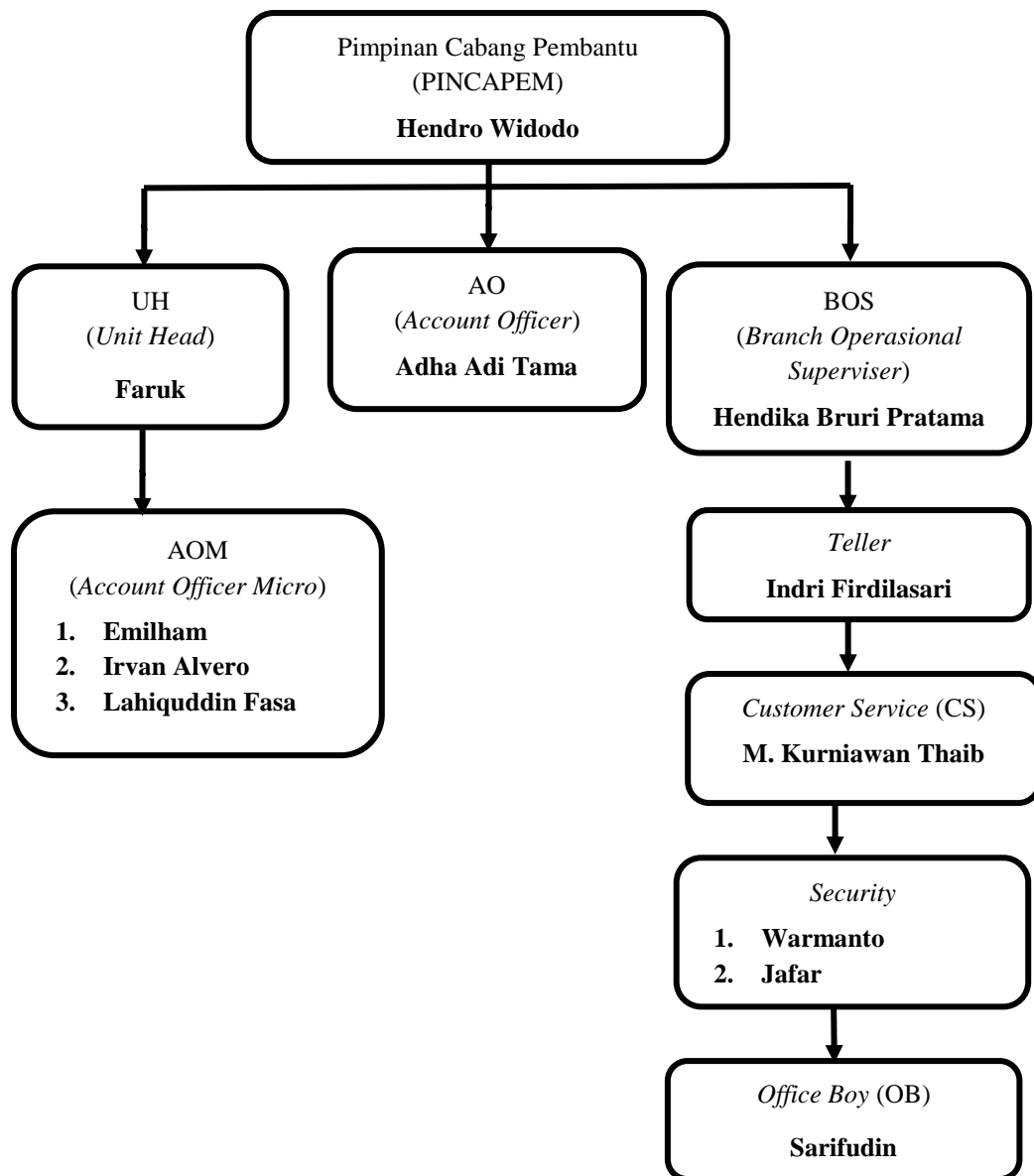
Berdasarkan hal tersebut, letak BRISyariah KCP Sribhawono sangat strategis, bank terletak di lokasi yang ramai penduduk. Tetapi Bank BRISyariah juga tepat bersampingan dengan Bank Mandiri sebagai pesaing dari Bank BRISyariah KCP Sribhawono.

2. Struktur Organisasi PT BRI Syariah KCP Sribhawono

Struktur organisasi menunjukkan bahwa adanya pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan. Susunan organisasi dalam setiap perusahaan sangat diperlukan untuk pembagian kerja serta mewujudkan kedudukan dan peran masing-masing dalam kesatuan kerjasama untuk mencapai tujuan yang

⁹⁵. *Ibid.*,

telah ditetapkan. Adapun struktur organisasi dari BRI Syariah KCP. Sribhawono adalah sebagai berikut:⁹⁶



⁹⁶. Hendro Widodo, *PINCAPEM* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

a. Pimpinan Cabang Pembantu (PINCAPEM)

Bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan yang berjalan dalam sistem operasional perbankan di kantor cabang pembantu dan membawahi keseluruhan bagian.

b. *Account Officer Micro* (AOM)

Melakukan proses marketing atau pemasaran untuk segmen nasabah, melakukan verifikasi data atau proposal untuk pengajuan pembiayaan calon nasabah dan memaintenance angsuran sesuai SOP.

c. *Account Officer* (AO)

Melakukan proses marketing atau pemasaran untuk segmen komersial khususnya giro dan deposito dan pembiayaan konsumtif. Memasarkan pembiayaan sesuai dengan ketentuan pembiayaan konsumen dengan target yang telah ditetapkan, melakukan proses pembiayaan baru dan perpanjangan meliputi detail analisa kualitatif, menyiapkan kelengkapan dan keabsahan dokumen pembiayaan serta mengusulkan pembiayaan kepada komite pembiayaan untuk mendapatkan keputusan, mengelolatingkat kesehatan pembiayaan nasabah binaan yang menjadi tanggung jawabnya dan mempertahankan kualitas pembiayaan yang sesuai dengan target yang ditetapkan.

d. *Branch Operational Supervisor* (BOS)

Berwenang mengkoordinir kegiatan pelayanan perbankan transaksi operasional dan teller, menyetujui atau otorisasi transaksi

layanan operasi *front office* sesuai kewenangannya serta mengkoordinir kegiatan pelayanan dan transaksi operasional *teller* dan *costumer service* sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dan tidak ada transaksi yang tertunda penyelesaiannya untuk mencapai *service excellent*.

e. *Costumer Service* (CS)

Melayani nasabah dengan memberikan informasi tentang produk dan layanan serta menerima dan menangani keluhan nasabah dan melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk penyelesaiannya, memahami produk layanan yang terkait dengan operasi layanan *customer service* yang telah ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.

Berdasarkan struktur organisasi bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, diketahui bahwa adanya pembagian kerja dengan fungsi dan kegiatan-kegiatan yang berbeda yang terkoordinasi, untuk mewujudkan kedudukan dan peran masing-masing dalam kesatuan kerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

B. Produk-Produk PT. BRI Syariah KCP. Sribhawono

1. *Financing*

Berdasarkan pasal 1 butir 25 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan baik itu berupa transaksi bagi hasil dalam

bentuk *Mudharabah* dan *Musyarakah*, sewa menyewa dalam bentuk *Ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *Ijarah Mutahiyah bi Tamlik*, jual beli dalam bentuk piutang *Murabahah*, *Salam*, *Istishna'*, pinjam meminjam dalam bentuk *Qordh* dan sewa menyewa jasa dalam bentuk multijasa.

PT BRI Syariah KCP Sribhawono selain bertugas sebagai sarana penyimpanan uang, BRI Syariah KCP Sribhawono juga bertugas untuk memberikan pembiayaan kepada nasabah yang memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang patut untuk dibiayai. Pembiayaan yang diberikan oleh PT BRI Syariah terbagi atas:⁹⁷

a. Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro

KUR Mikro adalah jenis pembiayaan yang ditawarkan untuk mengembangkan usaha rakyat. KUR Mikro di BRI Syariah menggunakan sistem *Murabahah*, yaitu jual beli yang dilakukan antara bank syariah dan nasabah dengan *margin* per tahun setara dengan yang ditetapkan pemerintah yaitu sebesar sembilan persen. Dalam pembiayaannya, BRI Syariah akan menyalurkan dana KUR dengan skala mikro Rp. 5.0000.000 - Rp. 25.000.000. Dengan jangka waktu 3 bulan – 5 tahun.

b. Mikro 25 iB

Mikro 25 iB adalah produk pembiayaan mikro yang dapat diajukan siapa saja untuk membuka atau mengembangkan usaha. Calon nasabah dapat mengajukan pembiayaan sebagai modal usaha

⁹⁷. *Ibid.*,

sebesar Rp. 5.000.000 - Rp. 25.000.000. Nasabah dapat memilih jangka waktu mulai 6 hingga 36 bulan.

c. Mikro 75 iB

Calon nasabah dapat mengajukan pembiayaan dengan nominal uang sebesar Rp. 5.000.000 - Rp. 75.000.000 dengan disertai jaminan. Jenis jaminan yang dapat diajukan oleh calon nasabah yaitu berupa bangunan, kendaraan, dan tanah. Jaminan yang diajukan oleh calon nasabah dapat berupa rumah dan toko milik pribadi yang nilainya sebanding dengan pembiayaan yang diajukan oleh calon nasabah, akan tetapi ada kriteria jaminan berupa rumah yang tidak dapat dijadikan sebagai jaminan, yaitu rumah yang berada di dekat dengan tower jaringan seluler. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya sengatan listrik yang akan membahayakan. Syarat rumah yang akan dijadikan jaminan oleh calon nasabah apabila berada dekat dengan tower jaringan seluler harus berjarak minimal 10 meter dari tower tersebut. Nilai maksimum untuk jaminan yang diajukan untuk pembiayaan mikro 75 iB adalah sebesar 90% dari harga jual.

d. Mikro 500 iB

Calon nasabah dapat mengajukan pembiayaan sebagai modal usaha sebesar Rp. 75.000.000 - Rp. 500.000.000, dengan jangka waktu dari 6 bulan sampai dengan 60 bulan. Nasabah harus memberikan jaminan dapat berupa tanah atau bangunan, tanah kosong, kendaraan, kios, ataupun deposito.

e. Pembiayaan SME

Pembiayaan diberikan kepada sektor riil dengan plafond pembiayaan diatas Rp. 500.000.000 - Rp. 5.000.000.000. Kriteria calon nasabah :

- 1) Nasabah individu atau badan hukum (perusahaan)
- 2) Minimal telah menjalankan usahanya selama 2 tahun
- 3) Tidak termasuk kedalam Daftar Hitam Bank Indonesia
- 4) Memiliki usaha produktif dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai syariah
- 5) Memiliki perijinan usaha yang lengkap dan masih berlaku
- 6) Memiliki agunan yang memadai.

f. KPR (Kepemilikan Rumah)

KPR adalah pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip jual beli (*Murabahah*) dimana pembayarannya dilakukan secara angsuran.

Manfaat dari pembiayaan KPR adalah uang muka ringan minimum 10% dan jangka waktu minimal 12 bulan. Jika jangka waktu 5 tahun khusus pembiayaan tanah kavling siap bangun sebagai persiapan untuk pembangunan rumah. Jangka waktu 10 tahun untuk pembelian apartemen, pembelian rumah toko atau rumah kantor, pembelian bahan bangunan untuk renovasi rumah dan *Take Over* pembiayaan rumah. Jangka waktu maksimal 15 tahun yang bertujuan

untuk pembelian rumah baik dalam kondisi baru atau rumah bekas pakai dan pembelian bahan bangunan untuk pembangunan rumah.

2. *Funding*

a. Tabungan Faedah BRI Syariah iB

Tabungan Faedah BRI Syariah iB adalah produk simpanan dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari. Tabungan ini menggunakan akad *Wadi'ah yad Dhamanah*.

b. Tabungan Impian Syariah iB

Tabungan Impian Syariah iB produk simpanan berjangka dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, dan belanja) dengan terencana memakai mekanisme *autodebet* setoran rutin bulanan. Tabungan ini menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah*.

c. TabunganKu BRI Syariah

TabunganKu BRI Syariah adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tabungan ini menggunakan akad *Wadi'ah yad Dhamanah*.

d. Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah iB

Simpanan Pelajar BRI Syariah iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

e. Tabungan Haji BRI Syariah iB

Tabungan Haji BRI Syariah iB adalah produk simpanan dari BRI Syariah bagi calon jemaah Haji Khusus yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Produk simpanan ini menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah* yaitu kerjasama suatu usaha antara dua pihak dimana pihak pemilik dana/nasabah menyediakan seluruh modal, sedang pihak pengelola dana/bank bertindak selaku pengelola dan keuntungan usaha dibagi dianantara mereka sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.

f. Giro BRI Syariah iB

Giro BRI Syariah iB adalah produk simpanan dari BRI Syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan untuk kemudahan transaksi bisnis sehari-hari dimana penarikan dana menggunakan cek atau bilyet giro. Giro BRI Syariah menggunakan akad *Wadi'ah yad Dhamanah*.

g. Giro Faedah Mudharabah BRI Syariah iB

Giro Faedah Mudharabah BRI Syariah iB adalah produk baru di BRI Syariah yang ditetapkan pada bulan Juli 2017. Giro Faedah Mudharabah BRI Syariah iB merupakan produk investasi nasabah di bank yang penarikannya dapat dilakukan sesuai kesepakatan menggunakan cek atau bilyet giro, dimana menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah*.

h. Deposito BRI Syariah iB

Deposito BRI Syariah iB adalah produk investasi berjangka dari BRI Syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal. Deposito BRI Syariah iB menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah*.

Terkait mengenai produk-produk bank syariah yang disampaikan oleh pimpinan cabang pembantu BRISyariah KCP Bandar Sribhawono senada dengan yang disampaikan oleh Customer Service.⁹⁸

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa produk-produk bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah lengkap dari produk *funding* maupun *financing*. Dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, baik itu masyarakat menengah ke bawah ataupun menengah ke atas.

⁹⁸. M. Kurniawan Thaib, *Customer Service BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, Wawancara*, 17 September 2018.

C. Strategi *Market Share* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah

Berdasarkan data survey yang peneliti dapatkan, kegiatan usaha bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono yaitu melakukan penghimpunan dana (*funding*) dan melakukan penyaluran dana berupa pembiayaan (*financing*) yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam.⁹⁹

Target pemasaran produk *funding* adalah semua kalangan masyarakat baik itu masyarakat biasa atau pelaku ekonomi. Sedangkan penyaluran dana berupa pembiayaan (*financing*), target pemasaran adalah pengusaha, pedagang pasar inti, pedagang plasma, dan home industri.¹⁰⁰ Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Bapak Hendro selaku *PINCAPEM* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono bahwa target pemasaran produk *funding* bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono adalah semua kalangan masyarakat yang belum menjadi nasabah. Sedangkan target produk *financing* adalah pelaku ekonomi seperti pengusaha dan pedagang.¹⁰¹

Menurut Bapak Emilham selaku *AOM* menyatakan bahwa BRISyariah KCP Bandar Sribhawono memiliki cukup banyak pesaing yaitu bersaing dengan sembilan bank konvensional diantaranya BRI Unit yang berdiri pada tahun 90-an, Bank Danamon Simpan Pinjam yang berdiri pada tahun 2004, BTPN yang berdiri pada tahun 2009, BRI KCP berdiri pada tahun 2012, Bank

⁹⁹. Hendro Widodo, *PINCAPEM* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

¹⁰⁰. Emilham, *Occount Officer Mikro* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

¹⁰¹Hendro Widodo, *PINCAPEM* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

Mandiri Mitra Usaha berdiri pada tahun 2011, Bank Sampoerna berdiri pada tahun 2012, Bank Ulam berdiri pada tahun 2012, dan Bank Mikro Laju Niaga berdiri pada tahun 2012.¹⁰² Hal serupa juga disampaikan oleh *PINCAPEM* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono bahwasannya bank bersaing dengan sembilan bank konvensional yang berdiri di desa Sribhawono.¹⁰³

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa, bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono memiliki cukup banyak pesaing yaitu sembilan bank konvensional. Maka dari itu, untuk menghadapi persaingan tersebut bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono harus menentukan strategi yang tepat agar bisa bertahan dan berkembang.

Selanjutnya untuk memasarkan produk dan layanan jasa bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono memiliki beberapa upaya yaitu dengan meningkatkan promosi tidak hanya di sekitar desa Sribhawono saja, namun melakukan promosi di daerah luar desa Sribhawono seperti di desa Mataram Baru, Way jepera, Labuhan Maringgai, Melinting sampai dengan Pugung Raharjo. Kegiatan promosi dilakukan dengan kanvasing dan *Door to Door*. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Bapak Adi Tama selaku *AO* bahwa BRISyariah KCP Bandar Sribhawono memperluas wilayah dalam memasarkan produknya, tidak hanya dilingkungan desa Sribhawono saja,

¹⁰². Emilham, *Occount Officer Mikro* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

¹⁰³. Hendro Widodo, *PINCAPEM* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

namun di beberapa wilayah lainnya seperti Mataram Baru, Way Jepara, Labuhan Maringgai, Melinting dan Pugung Raharjo.¹⁰⁴

Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono merumuskan dan membuat strategi *market share* dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu pertama yang dilakukan adalah mengelompokkan konsumen secara terpisah sesuai karakteristik ataupun kebutuhan konsumen, kedua yaitu menentukan penetapan target pasar atau menentukan tempat dimana akan dilakukan kegiatan pemasaran. Dan ketiga yaitu menempatkan produk diantara produk para pesaing dengan mengkomunikasikan keunggulan-keunggulan produk yang dimiliki.¹⁰⁵ Hal tersebut disampaikan juga oleh Bapak Adi Tama selaku AO bahwa dalam merumuskan dan membuat strategi *market share* yaitu dengan mengelompokkan konsumen berdasarkan karakteristik dan kebutuhannya, menetapkan target pasar dan menempatkan produk yang dimiliki diantara produk para pesaing yang ada.¹⁰⁶

Strategi *market share* dalam peningkatan jumlah nasabah pada Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur yaitu:¹⁰⁷

1. Melakukan inovasi-inovasi dan pengembangan produk dan layanan jasa guna menyesuaikan kebutuhan masyarakat. BRISyariah memiliki produk

¹⁰⁴. Adha Adi Tama, BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 22 September 2018.

¹⁰⁵. Emilham, *Account Officer Mikro* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

¹⁰⁶. Adha Adi Tama, BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 22 September 2018.

¹⁰⁷ M. Kurniawan Thaib, *Customer Service* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

tabungan unggulan yaitu Tabungan Faedah BRISyariah IB, banyak masyarakat tertarik dengan produk tersebut karena fasilitas dan harga yang ditawarkan. Bank BRISyariah juga telah melakukan inovasi produk tabungan yaitu seperti tabungan SimPel, tabungan yang diperuntukkan untuk pelajar. Kemudian Tabungan impian merupakan simpanan berjangka, tabungan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah (kurban, pendidikan, liburan, dan belanja), tabungan ini memakai mekanisme setoran rutin bulanan.

2. Strategi harga bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono menawarkan margin pembiayaan yang kompetitif yaitu margin 9% efektif pertahun. Selain itu bank juga menawarkan harga pada produk tabungan lebih murah daripada harga pada produk tabungan bank-bank konvensional lainnya yang ada di Desa Sribhawono seperti yaitu Tabungan Faedah BRISyariah IB, banyak masyarakat tertarik dengan produk tersebut karena fasilitas dan harga yang ditawarkan pada produk tabungan Faedah yaitu setoran awal sebesar Rp. 100.000,- dan mendapatkan kartu ATM, tidak ada potongan administrasi bulanan. Pada produk tabungan SimPel yaitu hanya dengan Rp. 1000., sudah bisa menabung dengan produk tabungan SimPel di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono.
3. Strategi service yang diberikan oleh bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono kepada nasabah yaitu memberikan pelayanan sebaik mungkin sesuai dengan standar pelayanan yaitu bersikap ramah kepada nasabah,

memberikan senyum, salam dan sapa, menjaga kerapihan dan kebersihan kantor, serta cepat dalam menangani keluhan nasabah.

4. Letak Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah strategis yakni terletak di dekat pasar dan penyediaan mesin ATM di tempat yang terjangkau nasabah, yaitu di kantor bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dan di Indomart Sribhawono.
5. Meningkatkan promosi kemasyarakatan, baik itu masyarakat biasa maupun pelaku ekonomi.

Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Bapak Emilham selaku *AOM* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono bahwasannya strategi *market share* bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono adalah melakukan inovasi-inovasi produk, dari segi harga menawarkan margin pembiayaan yang kompetitif, selain itu bank juga menawarkan harga pada produk tabungan lebih murah daripada harga pada produk tabungan bank-bank konvensional lainnya, letak kantor bank yang strategis yaitu di dekat pasar, dan memberikan service layanan sebaik mungkin.¹⁰⁸

Menurut Bapak Emilham selaku *AOM*, kegiatan pemasaran untuk produk pembiayaan dilakukan promosi dengan menjadwalkan kegiatan kanvasing serbu pasar di wilayah yang berbeda-beda disetiap harinya menyesuaikan dengan waktu pasaran. Biasanya untuk kanvasing dilakukan pagi hari secara bersama-sama dengan *AO* dan *AOM*. Untuk kegiatan *Door*

¹⁰⁸. Emilham, *Occount Officer Mikro* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

to Door dilakukan siang sampai sore hari setelah melakukan kanvasing serbu pasar, *Door to door* dan kanvasing dilakukan sekaligus dengan penyebaran brosur dan melakukan penjualan pribadi. Selain itu bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono juga melakukan pemasangan banner ditempat-tempat ramai. Tidak hanya itu, ketika ada even-even desa bank BRISyariah juga melakukan *open table* dan menjadi sponsor, serta ikut dalam kegiatan amal seperti penggalangan dana untuk para korban bencana alam. Kegiatan promosi produk pendanaan bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono melakukan penyebaran brosur bersamaan ketika marketing melakukan *door to door* dan kanvasing promosi produk pembiayaan, selain itu juga dilakukan penyebaran brosur ketika *open table*.¹⁰⁹ Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Adi Tama selaku *AO*, namun menurut Adi Tama, kegiatan pemasaran Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono tidak hanya melakukan kanvasing serbu pasar namun juga melakukan kanvasing serbu komunitas.¹¹⁰

Berdasarkan hal tersebut sarana ataupun cara promosi bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono adalah jemput Bola (*Door to door*) atau kunjungan rumah, kanvasing dengan serbu pasar atau kunjungan pasar, dan serbu komunitas, penyebaran brosur, pemasangan banner, *Open table*, *sponsorship* kegiatan, dan ikut serta kegiatan amal.

Menurut Bapak Kurniawan selaku *CS*, dari semua strategi *market share* yang ada, BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah melakukan

¹⁰⁹. *Ibid.*,

¹¹⁰. Adha Adi Tama, *Account Officer* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 22 September 2018.

semua strategi tersebut. Baik itu strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi distribusi dan strategi layanan.¹¹¹ Hal tersebut senada dengan apa yang disampaikan oleh Hendika selaku *Branch Operasional Supervisor*.¹¹²

Tanggapan nasabah mengenai strategi-strategi tersebut adalah baik, tidak pernah ada complain dari nasabah mengenai strategi-strategi yang telah dilakukan. Dan nasabah menerima strategi-strategi tersebut. Hal ini juga telah disampaikan oleh Hendika selaku *Branch Operasional Supervisor* bahwa tidak pernah ada complain terkait strategi yang dilakukan, pihak bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, menempatkan kenyamanan nasabah menjadi hal yang paling penting.¹¹³

Adapun peningkatan jumlah nasabah pendanaan dan pembiayaan bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 adalah:¹¹⁴

Tabel. 1
Jumlah Rekening Pendanaan dan Jumlah Rekening Pembiayaan

No	Uraian Description	2014	2015	2016	2017
1	Jumlah Rekening Pendanaan <i>Number of Funding Accounts</i>	3.524	4.513	5.609	6.770

¹¹¹. M. Kurniawan Thaib, *Customer Service* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

¹¹². Hendika Bruri Pratama, *Branch Operasional Supervisor* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

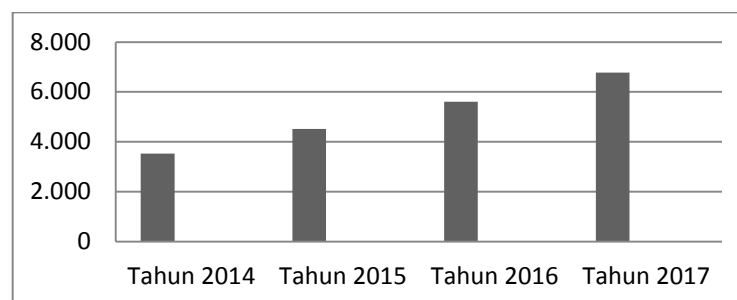
¹¹³. *Ibid.*,

¹¹⁴. Dokumentasi Bank BRISyariah KCP Sribhawono, 22 Oktober 2018.

2	Jumlah Rekening Pembiayaan <i>Number of Financing Accounts</i>	345	432	512	588
----------	--	------------	------------	------------	------------

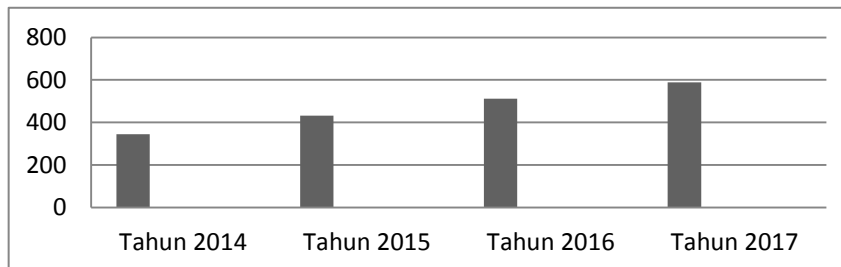
Tabel di atas menunjukkan bahwa, jumlah rekening pendanaan dan jumlah rekening pembiayaan pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 selalu mengalami peningkatan. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah nasabah baik nasabah pendanaan maupun pembiayaan dari tahun 2014 sampai 2017.

Grafik Peningkatan Jumlah Nasabah Rekening Pendanaan Tahun 2014 sampai Tahun 2017



Berdasarkan grafik tersebut, diketahui bahwa jumlah nasabah pendanaan bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat baik, pada tahun 2015 peningkatan jumlah nasabah pendanaan sebesar 28%. Pada tahun 2016 naik sebesar 24,2%. Pada tahun 2017 naik sebesar 20,6%.

**Grafik Peningkatan Jumlah Nasabah Rekening Pembiayaan Tahun 2014
sampai Tahun 2017**



Berdasarkan grafik tersebut, diketahui bahwa jumlah nasabah pembiayaan bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono setiap tahunnya mengalami peningkatan yang baik, pada tahun 2015 peningkatan jumlah nasabah pendanaan sebesar 25,2% . Pada tahun 2016 naik sebesar 18,5% . Pada tahun 2017 naik sebesar 14,8% .

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Emilham selaku AOM BRISyariah KCP Bandar Sribhawono menyatakan bahwa strategi yang paling dominan digunakan bank untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah strategi promosi namun strategi yang lainnya juga berperan dalam meningkatkan jumlah nasabah baik itu strategi harga, strategi produk, strategi service dan strategi distribus. Untuk Strategi promosi yang dianggap paling tepat digunakan oleh marketing adalah kanvasing dan jemput bola (*door to door*) dengan memberikan brosur dan melakukan penjualan pribadi (*personal selling*). Metode tersebut diyakini paling tepat karena karena dapat melihat langsung calon nasabah yang akan menggunakan produk atau layanan jasa. AOM atau AO juga sekaligus dapat melihat karakteristik, respon, serta sikap

nasabah saat diberikan penjelasan mengenai produk yang ditawarkan saat melakukan penjualan pribadi (*personal selling*).¹¹⁵ Hal juga disampaikan oleh Bapak Adi Tama selaku *AO* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, selain hal tersebut Bapak Adi Tama juga mengatakan bahwa *AOM* atau *AO* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono tidak memaksakan nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan, karena *AOM* atau *AO* memahami sifat nasabah apabila menawarkan dengan cara memaksa nasabah menjadi tidak tertarik. Kemudian calon nasabah akan mempertimbangkan mengenai produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan serta fasilitas-fasilitas yang ditawarkan.¹¹⁶

Untuk melihat bagaimana bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono menjalankan strategi *market share* bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dalam meningkatkan jumlah nasabah. Peneliti melakukan wawancara kepada lima orang nasabah penyimpan dan lima orang nasabah debitur atau pembiayaan.

Hasil wawancara kepada lima orang nasabah debitur atau pembiayaan sebagai berikut:

Bapak Irawan Sukma adalah nasabah debitur BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dengan produk pembiayaan yaitu Mikro 200, usaha bapak Irawan yaitu Toko Handphone, paketan internet, service handphone dan accessoris Handphone. Beliau menjadi nasabah kurang lebih sudah 6

¹¹⁵. Emilham, *Account Officer Mikro* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 17 September 2018.

¹¹⁶. Adha Adi Tama, *Account Officer* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, 22 September 2018.

tahun. Sebelum beliau menjadi nasabah di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, beliau sudah sedikit paham bahwa bank syariah adalah bank yang berlandaskan pada prinsip Islam, dengan sistem margin atau bagi hasil. Beliau memutuskan untuk menjadi nasabah debitur di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono karena promosi yang dilakukan oleh pihak bank yaitu pihak bank mendatangi tempat usaha beliau kemudian menawarkan produk pembiayaan mikro 200 dengan memberikan brosur dan menjelaskannya. Beliau tertarik dengan produk tersebut kemudian memutuskan untuk menjadi nasabah. Menurut beliau, promosi yang dilakukan oleh pihak BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah baik.¹¹⁷

Bapak Etik Mulyono adalah nasabah debitur BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dengan produk pembiayaan yaitu Mikro 200, usaha bapak Mulyono yaitu Karoseri Bak Truk. Beliau menjadi nasabah kurang lebih sudah 8 tahun. Beliau sebelum menjadi nasabah BRISyariah belum tahu apa itu bank syariah dan belum mengerti mengenai margin ataupun bagi hasil, setelah beliau menjadi nasabah barulah beliau tau mengenai perbedaan margin dan bunga. Beliau memutuskan untuk menjadi nasabah debitur di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono karena promosi yang dilakukan oleh pihak bank yaitu pihak bank mendatangi tempat usaha beliau kemudian menawarkan produk pembiayaan mikro 200 dengan memberikan brosur dan menjelaskannya. Beliau tertarik dengan produk tersebut kemudian memutuskan untuk menjadi nasabah. Menurut beliau, promosi yang

¹¹⁷. Irawan Sukma, Nasabah Debitur BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, Pada Tanggal 19 September 2018.

dilakukan oleh pihak BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah baik, marketing bank juga sangat ramah oleh karena itu, beliau sudah dua kali mengajukan pembiayaan mikro tersebut.¹¹⁸

Ibu Suparyanti adalah nasabah debitur BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dengan produk pembiayaan yaitu KUR (Kredit Usaha Rakyat), usaha Ibu Suparyanti yaitu Warung kelontongan. Beliau menjadi nasabah kurang lebih sudah 2 tahun. Beliau sebelum menjadi nasabah BRISyariah beliau belum paham mengenai bank syariah dan belum mengerti mengenai margin ataupun bagi hasil. Beliau memutuskan untuk menjadi nasabah debitur di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono karena promosi yang dilakukan oleh pihak bank yaitu pihak bank mendatangi tempat usaha beliau di pasar kemudian menawarkan produk KUR dengan memberikan brosur dan menjelaskannya. Beliau tertarik dengan produk dan margin yang ditawarkan pada produk pembiayaan KUR tersebut, kemudian beliau memutuskan untuk menjadi nasabah. Menurut beliau, promosi yang dilakukan oleh pihak BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah baik.¹¹⁹

Bapak Samsul Muntoha adalah nasabah debitur BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dengan produk pembiayaan yaitu Mikro 75, usaha bapak Samsul yaitu Pengusaha Kopra. Beliau menjadi nasabah kurang lebih sudah 6 tahun. Beliau sebelum menjadi nasabah BRISyariah belum tahu apa itu bank

¹¹⁸. Etik Mulyono, Nasabah Debitur BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, Pada Tanggal 19 September 2018.

¹¹⁹. Suparyanti, Nasabah Debitur BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, Pada Tanggal 19 September 2018.

syariah dan belum mengerti mengenai margin ataupun bagi hasil, beliau mengerti perbedaan margin dengan bunga karena penjelasan dari pihak bank yang sekaligus menawarkan produk pembiayaan mikro dan memberikan brosur. Beliau tertarik dengan produk tersebut kemudian memutuskan untuk menjadi nasabah. Menurut beliau, promosi yang dilakukan oleh pihak BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah baik.¹²⁰

Bapak Sardoko adalah nasabah debitur BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dengan produk pembiayaan yaitu Mikro 200, usaha bapak Sardoko yaitu Bengkel Mobil dan Motor. Beliau menjadi nasabah kurang lebih sudah 6 tahun. Beliau sebelum menjadi nasabah BRISyariah belum tahu apa itu bank syariah dan belum mengerti mengenai margin ataupun bagi hasil. Beliau memutuskan untuk menjadi nasabah debitur di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono karena promosi yang dilakukan oleh pihak bank yaitu pihak bank mendatangi tempat usaha beliau kemudian menawarkan produk pembiayaan mikro 200 dengan memberikan brosur dan menjelaskannya. Beliau tertarik dengan produk tersebut kemudian memutuskan untuk menjadi nasabah. Menurut beliau, promosi yang dilakukan oleh pihak BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah baik.¹²¹

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada lima orang nasabah debitur atau pembiayaan, diketahui bahwa nasabah-nasabah tersebut

¹²⁰. Samsul Muntoha, Nasabah Debitur BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, Pada Tanggal 19 September 2018.

¹²¹. Sardoko, Nasabah Debitur BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, Pada Tanggal 19 September 2018.

mengambil keputusan untuk menjadi nasabah debitur di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono adalah karena promosi yang dilakukan pihak bank kepada calon nasabah dengan cara mendatangi langsung ditempat usaha calon nasabah (*door to door*) dan kavinging kemudian melakukan penjualan pribadi (*Personal Selling*) kepada calon nasabahnya dan memberikan brosur produk yang ditawarkan. 4 (empat) orang nasabah tertarik dengan produk yang ditawarkan diantaranya yaitu produk pembiayaan mikro 200 dan mikro 75 sedangkan untuk 1 (satu) orang nasabah tertarik dengan produk KUR dan keringanan margin yang ditawarkan pada produk KUR.

Selanjutnya, dilakukan wawancara kepada lima orang nasabah penyimpan atau penabung, sebagai berikut:

Ibu Sulastri adalah nasabah penabung atau penyimpan di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dengan produk Tabungan Haji. Beliau menjadi nasabah tabungan haji sudah sekitar 3 tahun. Sebelum beliau menabung di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono beliau belum paham mengenai bank syariah. Namun setelah beliau menjadi nasabah tabungan haji, beliau mulai mengerti mengenai bank syariah. Saat ini pemahaman beliau, bank syariah adalah bank yang operasionalnya berdasarkan Syariah Islam menggunakan prinsip bagi hasil. Beliau memutuskan untuk menjadi nasabah tabungan haji di BRISyariah karena diberi tahu oleh saudaranya yang juga menabung haji di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, menurut informasi saudaranya setoran awal murah mulai dari 50.000,-, setoran berikutnya mulai dari

10.000,- tidak ada biaya administrasi bulanan dan mendapatkan asuransi, dengan kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan beliau memutuskan untuk menabung haji di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono.¹²²

Desi Susanti adalah nasabah penabung atau penyimpan di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dengan produk tabungan Faedah. Desi Susanti adalah seorang mahasiswa, Desi menjadi nasabah sekitar 1 tahun lebih. Sebelum Desi menjadi nasabah di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, Desi sudah paham mengenai bank Syariah dan bagi hasil. Desi memutuskan untuk menjadi nasabah tabungan Faedah di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono karena ditawari oleh pihak bank untuk menabung, dengan fasilitas kartu ATM, gratis potongan bulanan dan setoran awal hanya Rp. 100.000,- selain itu mesin ATM terjangkau dengan tempat tinggalnya. Karena kebutuhan untuk menyimpan dan mengirim uang desi memutuskan untuk menggunakan produk tabungan Faedah di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono. Menurut Desi, promosi yang dilakukan oleh pihak BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah baik.¹²³

Bapak Juarno adalah nasabah penyimpan di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dengan produk tabungan Faedah. Beliau menjadi nasabah sudah 4 tahun lebih. Sebelum Beliau menjadi nasabah di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, Beliau belum paham mengenai bank Syariah. Beliau

¹²². Sulastris, Nasabah Penyimpan BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, Pada Tanggal 19 September 2018.

¹²³. Desi Susanti, Nasabah Penyimpan BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, Pada Tanggal 20 September 2018

memutuskan untuk menjadi nasabah tabungan Faedah di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono karena diberi brosur tabungan Faedah BRISyariah IB, mengetahui harga dan fasilitas yang ditawarkan yaitu setoran awal hanya Rp. 100.000,-, tidak ada potongan bulanan, dan ATM, maka beliau memutuskan untuk menabung di BRISyariah. Menurut beliau, promosi yang dilakukan oleh pihak BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah baik, dengan memberikan brosur, maka orang bisa membaca kemudian tertarik dengan apa yang ditawarkan.¹²⁴

Ibu Wiwik Septiani adalah nasabah penabung atau penyimpan di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dengan produk tabungan Faedah. Beliau menjadi nasabah sudah 3 tahun lebih. Sebelum Beliau menjadi nasabah di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, Beliau belum paham mengenai bank Syariah. Beliau memutuskan untuk menjadi nasabah tabungan Faedah di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono karena diberi brosur tabungan Faedah BRISyariah IB, mengetahui fasilitas yang ditawarkan yaitu setoran awal hanya Rp. 100.000,- , tidak ada potongan bulanan, dan ATM. Karena kebutuhan untuk menabung maka beliau memutuskan untuk menabung di BRISyariah. Menurut beliau, promosi yang dilakukan oleh pihak bank sudah baik.¹²⁵

¹²⁴. Juarno, Nasabah Penyimpan BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, Pada Tanggal 19 September 2018.

¹²⁵. Wiwik Septiani, Nasabah Penyimpan BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, Pada Tanggal 20 September 2018

Ibu Mujiati adalah nasabah penabung atau penyimpan di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dengan produk tabungan Faedah. Beliau menjadi nasabah sudah 5 tahun lebih. Sebelum Beliau menjadi nasabah di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, Beliau belum paham mengenai bank Syariah. Beliau memutuskan untuk menjadi nasabah tabungan Faedah di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono karena diberi brosur tabungan Faedah BRISyariah, mengetahui fasilitas yang ditawarkan yaitu setoran awal hanya Rp. 100.000,-, tidak ada potongan bulanan, dan ATM. Dan karena kebutuhan menabung untuk keperluan dimasa yang akan datang maka beliau memutuskan untuk menabung di BRISyariah. Menurut beliau, promosi yang dilakukan oleh pihak bank sudah baik.¹²⁶

5 (lima) orang nasabah penabung atau penyimpan menyatakan bahwa, 1 orang nasabah yaitu ibu Sulastri mengatakan bahwa beliau memutuskan untuk menjadi nasabah penyimpan di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono karena mendapat informasi dari saudaranya, mengenai fasilitas serta kemudahan yang akan didapatkan. Selanjutnya untuk 3 (tiga) nasabah lainnya yaitu bapak Juarno, ibu Septi dan ibu Mujiati menyatakan bahwa mereka tertarik dengan fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan dalam produk tabungan, seperti setoran awal yang ringan, tidak ada biaya administrasi perbulan dan mendapatkan ATM. Sedangkan 1 (satu) nasabah yaitu ibu Desi mengatakan beliau tertarik untuk menabung di Bank BRISyariah KCP Sribhawono karena letak mesin ATM yang terjangkau oleh tempat

¹²⁶. Mujiati, Nasabah Penyimpan BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, *Wawancara*, Pada Tanggal 20 September 2018.

tinggalnya, sehingga memberikan kemudahan untuk nasabah dalam bertransaksi. Nasabah mengetahui fasilitas dan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan dari produk tabungan tersebut melalui brosur yang diberikan pihak bank kepada nasabah-nasabah tersebut, dengan memberikan brosur maka calon nasabah bisa membaca kemudian memahami mengenai fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil dari wawancara kepada lima nasabah penabung, dapat diketahui bahwa, strategi *market share* bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan melakukan strategi promosi, strategi produk, strategi harga, strategi service dan strategi distribusi. Pihak bank pada awalnya melakukan strategi promosi untuk menawarkan produk tabungan tersebut dengan cara memberikan brosur. Setelah itu nasabah tertarik dengan fasilitas, kemudahan serta harga yang ditawarkan dalam produk tabungan tersebut.

D. Analisis Strategi *Market Share* BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan, diketahui bahwa strategi *market share* bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dalam meningkatkan jumlah nasabah sudah menggunakan komponen-komponen yang ada pada bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu:

Pertama, Strategi promosi yaitu menciptakan kepedulian konsumen terhadap produk (*Product Awareness*). Bank BRISyariah KCP Bandar

Sribhawono meningkatkan promosi kemasyarakatan, baik itu masyarakat biasa maupun pelaku ekonomi. Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa, sarana ataupun cara promosi yang dilakukan BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dalam memasarkan produk-produknya adalah dengan *Advertising* (periklanan), media periklanan yang digunakan Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono yaitu menggunakan Banner yang di pasang ditempat-tempat ramai. Namun berdasarkan pengamatan peneliti, pemasangan banner belum sepenuhnya dilakukan oleh pihak bank, karena saat ini banner hanya dipasang di depan kantor. Belum dipasang ditempat-tempat yang ramai. Sedangkan untuk brosur, diberikan kepada setiap nasabah yang datang ke kantor dan calon-calon nasabah yang didatangi pihak bank secara langsung. Bank BRISyariah menampilkan bentuk brosur yang lengkap mengenai fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan dalam produk yang akan dipromosikan semenarik mungkin. Dengan demikian, para nasabah atau calon nasabah dapat mengenal dan mengetahui produk yang dipilihnya berdasarkan informasi yang didapat dari brosur tersebut. Selanjutnya, *personal selling* yang dilakukan Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono adalah dengan cara jemput bola atau *door to door* yaitu kunjungan rumah, dan kanvasing yaitu kunjungan ke pasar. Dengan *personal selling* maka bank dengan mudah untuk mengenalkan produk secara langsung, meyakinkan dan membuat calon nasabah agar percaya akan keunggulan produk yang ditawarkan. Selanjutnya *publicity*, Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono melakukan promosi melalui kegiatan pameran di even-even desa, pembukaan stan promosi (*Open*

Table), sponsorship kegiatan, dan ikut serta dalam kegiatan amal seperti penggalangan dana untuk para korban bencana alam.

Kedua yakni strategi produk, menciptakan minat dan kesuksesan terhadap produk (*Product Attractiveness*), bank melakukan inovasi-inovasi dan pengembangan produk dan layanan jasa guna menyesuaikan kebutuhan masyarakat. BRISyariah memiliki produk tabungan unggulan yaitu Tabungan Faedah BRISyariah IB, banyak masyarakat tertarik dengan produk tersebut karena fasilitas dan harga yang ditawarkan. Bank BRISyariah juga telah melakukan inovasi produk tabungan yaitu seperti tabungan SimPel, tabungan yang diperuntukkan untuk pelajar. Kemudian Tabungan impian merupakan simpanan berjangka, tabungan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah (kurban, pendidikan, liburan, dan belanja), tabungan ini memakai mekanisme setoran rutin bulanan.

Ketiga, strategi harga yaitu mendorong kesungguhan konsumen untuk membeli dengan menciptakan harga yang dapat diterima (*Price Acceptable*), Strategi harga bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono menawarkan margin pembiayaan yang kompetitif yaitu margin 9% efektif pertahun. Selain itu bank juga menawarkan harga pada produk tabungan lebih murah daripada harga pada produk tabungan bank-bank konvensional lainnya yang ada di Desa Sribhawono seperti yaitu Tabungan Faedah BRISyariah IB, banyak masyarakat tertarik dengan produk tersebut karena fasilitas dan harga yang ditawarkan pada produk tabungan Faedah yaitu setoran awal sebesar Rp. 100.000,- dan mendapatkan kartu ATM, tidak ada potongan administrasi

bulanan. Selain itu pada produk tabungan SimPel yaitu hanya dengan Rp. 1000,- sudah bisa menabung dengan produk tabungan SimPel di BRISyariah KCP Bandar Sribhawono.

Keempat yaitu Strategi *service* terkait dengan kualitas pelayanan, menciptakan pengalaman yang baik bagi konsumen sesudah melakukan pembelian dan mempertahankan pelanggannya untuk tetap loyal (*Service Experience*). Strategi *service* yang diberikan oleh bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono kepada nasabah yaitu memberikan pelayanan sebaik mungkin berdasarkan standar pelayanan yaitu bersikap ramah kepada nasabah, memberikan senyum, salam dan sapa, menjaga kerapihan dan kebersihan kantor, serta cepat dalam menangani keluhan nasabah. Namun berdasarkan pengamatan peneliti, terlalu sempitnya tempat tunggu nasabah dan minimnya tempat duduk, dapat mengurangi kenyamanan nasabah untuk melakukan transaksi di bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono.

Kelima yaitu, strategi distribusi (*Place*), sebelum bank memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusinya. Letak Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono sudah strategis yakni terletak di dekat pasar. Namun Jarak bank BRISyariah dengan bank-bank lainnya tidak jauh. Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono tepat bersampingan dengan bank Mandiri Mitra Usaha. Halaman atau tempat parkir bank meskipun sudah termasuk luas ketimbang bank lainnya, namun lahan parkir bank masih kurang memadai, hanya bisa di jadikan tempat parkir untuk 2 unit mobil. Namun bank telah menyediakan mesin ATM ditempat yang terjangkau oleh

nasabah yaitu di kantor BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dan di Indomart Sribhawono.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh 5 orang nasabah penyimpan dan 5 orang nasabah pembiayaan bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono diketahui bahwa, strategi *market share* yang digunakan bank BRISyariah dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan melakukan lima strategi yang merupakan komponen dari *marketing mix*. Strategi yang paling dominan dilakukan bank adalah melakukan promosi kepada calon nasabah dengan memberikan brosur dan melakukan penjualan pribadi (*personal selling*), dengan cara promosi tersebut, nasabah akan mendapatkan informasi yang jelas mengenai keunggulan produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan, serta fasilitas-fasilitas yang akan diberikan.

Namun, kelima strategi *market share* yang digunakan oleh bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, ada tiga strategi yang belum dilakukan secara maksimal, diantaranya adalah strategi promosi yaitu belum dilakukan pemasangan banner di tempat-tempat yang ramai, benner baru di pasang di depan kantor bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono. Kemudian strategi *service*, terlalu sempitnya tempat tunggu nasabah dan minimnya tempat duduk, dapat mengurangi kenyamanan nasabah untuk melakukan transaksi di bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono. Dan strategi distribusi, Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono tepat bersampingan dengan bank Mandiri Mitra Usaha yang merupakan salah satu pesaing bank. Halaman atau tempat parkir bank meskipun sudah termasuk luas ketimbang bank lainnya,

namun lahan parkir bank masih kurang memadai, hanya bisa di jadikan tempat parkir untuk 2 unit mobil dan beberapa motor.

Berdasarkan hal tersebut, meskipun bank belum melaksanakan strateginya secara maksimal, jumlah nasabahnya bank BRISyariah setiap tahunnya bank selalu mengalami peningkatan. Adapun Peningkatan jumlah nasabah pendanaan pada tahun 2015 peningkatan jumlah nasabah pendanaan sebesar 28%. Pada tahun 2016 naik sebesar 24,2%. Pada tahun 2017 naik sebesar 20,6%. Sedangkan jumlah nasabah pembiayaan bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono mengalami peningkatan juga, diketahui pada tahun 2015 peningkatan jumlah nasabah pendanaan sebesar 25,2% . Pada tahun 2016 naik sebesar 18,5% . Pada tahun 2017 naik sebesar 14,8% .

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa walaupun strategi yang dilakukan bank belum maksimal namun strategi yang lainnya sangat membantu dalam meningkatkan jumlah nasabah. Maka dari itu agar bank BRISyariah dapat terus berkembang dan dapat lebih meningkatkan jumlah nasabahnya, semua strategi yang ada harus dilakukan secara maksimal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa strategi *market share* Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur dalam peningkatan jumlah nasabah adalah dengan memadukan komponen-komponen yang ada pada *marketing mix* yaitu strategi promosi, strategi produk, strategi harga, strategi *service*, dan strategi distribusi. Namun, dari kelima strategi *market share* yang digunakan oleh bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono, ada tiga strategi yang belum dilakukan secara maksimal, diantaranya adalah strategi promosi, strategi *service* dan strategi distribusi. Strategi yang paling dominan dilakukan bank adalah melakukan promosi kepada calon nasabah dengan memberikan brosur dan melakukan penjualan pribadi (*personal selling*), dengan cara promosi tersebut, nasabah akan mendapatkan informasi yang jelas mengenai keunggulan produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan, serta fasilitas-fasilitas yang akan diberikan.

Meskipun bank belum melaksanakan semua strategi-strateginya secara maksimal, namun jumlah nasabahnya bank BRISyariah setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi yang sudah diupayakan bank sangat membantu dalam meningkatkan jumlah nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti akan menyampaikan saran-saran agar lebih baik kedepannya:

1. Pihak BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur perlu memaksimalkan semua strategi-strateginya agar dapat terus berkembang dan dapat lebih meningkatkan jumlah nasabahnya.
2. Nasabah merupakan aset berlangsungnya usaha, maka Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur harus lebih memelihara dan memperhatikan nasabah. Diantaranya mempertahankan kepercayaan yang diberikan nasabah kepada bank dengan senantiasa meningkatkan kinerja perusahaan baik dalam kualitas produk, pelayanan serta SDM.
3. Meningkatkan upaya strategi promosi dengan media *personal selling*, perlu untuk menambah jumlah pemasar/marketing agar hasil yang didapat lebih memuaskan dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Abd Shomad. *Hukum Islam Penormaan Prinsip Syariah Dalam Hukum Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Buchari Alma. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Hendro. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Heri Sudarsono. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia, 2007.
- Husein Umar. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.
- Khaerul Umam. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Lamb, Hair, Mc Daniel. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- M. Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- M. Nur Rianto Al-Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Moh Nazir. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.

- Muhammad Syakir Sula. *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani, 2004.
- Muhammad Syafi'i Antoni. *Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Muhammad. *Perbankan Syari'ah Problem dan Prospek Perkembangan Di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Mulyadi Nitisusastro. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Nana Sudjana. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah, Makalah-Skripsi-Tesis-Disertasi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo. 2001.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. PT Macanan Jaya Cemerlang, 2007.
- Rambat Lupiyoadi. *Pemasaran Jasa*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014.
- Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002.
- Sri Indah Niken Sari. *Perbankan Syariah*. Semarang : Pustaka Rizki Putra, 2012.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung : CV. Alfabeta, 2013.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*. (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Sumadi Suryabarata. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2011.
- Ujang Sumarwan, Achmad Fachrodji. *Pemasaran Startegik: Perspektif Value-Based Marketing dan Pengukuran Kinerja*. Bogor: IPB Press, 2010.
- W. Gulo. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia, 2001.
- Zainuddin Ali. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.

Ibnu Katsier. *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsir* diterjemahkan oleh Salim Bahreisy, Said Bahreisy. dari judul asli *MuhtasoruTafsirubnu Katsir*. PT Bina Ilmu: Surabaya, 2000, Jilid 2.

_____. *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsir* diterjemahkan oleh Salim Bahreisy, Said Bahreisy. dari judul asli *MuhtasoruTafsirubnu Katsir*. PT Bina Ilmu: Surabaya, 2006, Jilid 6.

Amsary Lutfi. *Analisis Strategi Pemasaran Pada BMT Al-Hasanah Lampung Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi. Bandar Lampung : IAIN Raden Intan, 2017. Dipublikasikan.

Mahdaleni. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Metro*. Tugas Akhir. Metro: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jurai Siwo Metro, 2014. Dipublikasikan.

Nova Prasetyawati. *Analisis Strategi pPemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran*. Tugas Akhir. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri. Dipublikasikan.

Lydia Apriliani, Augusty Tae ferdinand. “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan *Market share*”, *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 4, Nomor 3, Tahun 2015.

Octavina, “Formulasi Strategi Bisnis Pt. Bukit Asam Tbk Dalam Rangka Meningkatkan Pangsa Pasar (*Market share*)”, (Program Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang, 2014).

Kementrian Agama RI. *Al-Qur’an dan Terjemahannya Juz 1-30 Edisi Baru*. CV. Pustaka Agung Harapan.

Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 ayat 16

www.katadata.co.id, diunduh pada 13 April 2018.

**L
A
M
P
I
R
A
N**



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.metro.univ.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 1506/In.28.3/D/PP.00.9/12/2017

08 Desember 2017

Lampiran : -

Perihal : Penunjukan Tim Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Dra. Siti Nurjanah, M.Ag
 2. Suraya Murcitaningrum, M.S.I
- di - Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Liana Rusmala Dewi
 NPM : 141266610
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : S1-Perbankan Syariah (S1-PBS)
 Judul : Penerapan Prinsip Ekonomi Islam Dalam Penggunaan Strategi Peningkatan Market Share Di Bank Brisyariah Kcp Bandar Sribhawono Lampung Timur

Dengan ketentuan :

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

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan,



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
 NIP. 197209232000032002



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

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

Nomor : 1919/In.28/D.1/TL.00/08/2018
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pimpinan BRI Syariah KCP Bandar
Sribhawono Lam-Tim
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1918/In.28/D.1/TL.01/08/2018, tanggal 30 Agustus 2018 atas nama saudara:

Nama : **LIANA RUSMALA DEWI**
NPM : 141266610
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BRI Syariah KCP Bandar Sribhawono Lam-Tim, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKET SHARE DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PERBANKAN SYARIAH (STUDI PADA BANK BRISYARIAH KCP BANDAR SRIBHAWONO LAMPUNG TIMUR)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 30 Agustus 2018
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 0014



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

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

SURAT TUGAS

Nomor: 1918/In.28/D.1/TL.01/08/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **LIANA RUSMALA DEWI**
NPM : 141266610
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BRI Syariah KCP Bandar Sribhawono Lam-Tim, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKET SHARE DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PERBANKAN SYARIAH (STUDI PADA BANK BRISYARIAH KCP BANDAR SRIBHAWONO LAMPUNG TIMUR)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.



Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 30 Agustus 2018
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Nomor : **B. 693 /KCP-SBW/09/2018**
Lampiran : -
Perihal : **Balasan Permohonan Izin Observasi**

Kepada Yth,
Rektor IAIN Metro
di -
Tempat

Menanggapi surat dari IAIN Metro Nomor 1919/In.28/D.1/TL.00/08/2018 tanggal 30 Agustus 2018 perihal permohonan izin mengadakan observasi pada mahasiswi :

Nama : **Liana Rusmala Dewi**
NPM : **141266610**
Jurusan : **S1 Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Strategi Market Share Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Sribhawono Lampung Timur**

Dengan ini diberitahukan bahwa kami tidak keberatan atau memberikan izin terkait permohonan tersebut. Untuk pelaksanaan selanjutnya supaya yang bersangkutan berkordinasi dengan bagian terkait dengan judul penelitian tersebut.

Demikian balasan ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

PT Bank BRI Syariah
KCP Sribhawono Lampung



~~Hendika Bruri Pratama~~
Branch Operation Supervisor



**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
METRO Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor: P-0916/In.28/S/OT.01/12/2018**

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

Nama : Liana Rusmala Dewi
NPM : 141266610
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 141266610.

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 06 Desember 2018
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtardi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI *MARKET SHARE* DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PERBANKAN SYARIAH (Studi Pada Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur)

A. Wawancara

1. Wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur

- a. Bagaimana perkembangan Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur?
- b. Bagaimana Struktur Organisasi Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur?
- c. Apa saja kegiatan usaha Bank BRISyariah Bandar Sribhawono Lampung Timur?
- d. Siapa yang menjadi target pemasaran Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur?

2. Wawancara dengan *Branch Operasional Supervisor* dan *Customer Service* Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur

- a. Apa saja produk dan layanan jasa Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur?
- b. Berapakah jumlah nasabah yang dimiliki Bank BRISyariah dari tahun 2014 sampai 2017?

- c. Apa saja strategi *Market Share* Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur dalam meningkatkan jumlah nasabah?
- d. Strategi *Market Share* mana sajakah yang sudah dilakukan oleh Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dalam meningkatkan jumlah nasabah?
- e. Bagaimana tanggapan nasabah mengenai strategi *Market Share* yang sudah dilakukan oleh Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono?

3. Wawancara dengan AO (*Account Officer*) atau AOM (*Account Officer Micro*) Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur

- a. Bagaimana Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur mendapatkan nasabah?
- b. Apa saja upaya Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur dalam memasarkan produk dan layanan jasanya?
- c. Siapa yang menjadi target pemasaran Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur?
- d. Siapa sajakah pesaing Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur?
- e. Bagaimana kegiatan pemasaran yang dilakukan Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur?

- f. Bagaimana Bank BRISyariah Bandar Sribhawono Lampung Timur merumuskan dan membuat strategi *market share* dalam meningkatkan jumlah nasabahnya?
- g. Apa saja strategi *Market Share* Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur dalam meningkatkan jumlah nasabah?
- h. Strategi *Market Share* manakah yang paling dominan digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur?

4. Wawancara dengan Nasabah Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur

- a. Sejak kapan Bapak/Ibu menjadi nasabah di Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur?
- b. Apakah sebelumnya Bapak/Ibu sudah mengenal Bank Syariah?
- c. Bagaimana cara bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dalam memperkenalkan produk dan layanan jasanya kepada Bapak/Ibu?
- d. Bagaimana tanggapan Bapak/Ibu mengenai cara Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono dalam mempromosikan produk dan layanan jasanya?

- e. Produk atau jasa Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono apa yang Bapak/Ibu gunakan?

B. Dokumentasi

1. Profil Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur.

Metro, September 2018

Peneliti,



Liana Rusmala Dewi
NPM. 141266610

Menyetujui,

Pembimbing I



Dra. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag
NIP. 19680530 1994032003

Pembimbing II



Suraya Murcitaningrum, M. SI
NIP. 19801162009122001



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS
 NPM : 141266610 Semester/TA : IX/ 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin / 10-12-2018	~	Ada kendala diayukan ke sidang Munawaraya. Membaca AC- Duran tunda ulcap baik, terus di tripkat ke	ky

Pembimbing I

Dr. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS
 NPM : 141266610 Semester/TA : IXI/ 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa/ 9-12-18	✓	kegiatan pendypt penerbitan Q.S. Al-Ahzab 70	Liana

Pembimbing I

Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : VII/2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu / 28-11-2018	c	Cek kaji berkas dan susun secara sistematis ajukan kembali dan tes member AL-Dua in	ly

Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,


Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 4-1507; Faksimili (0725) 4-7296; Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: ainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : VII/ 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 15/10/18 " "		<ul style="list-style-type: none"> - Menambahkan penjelasan di setiap sub judul - Memperbaiki analisis dan kesimpulan bagaimana Strategi Market Share tersebut saling berkaitan untuk meningkatkan jumlah Nasabah 	

Pembimbing I

Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rasmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX/ 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat 7-9-18	✓	Revisi ABSD Lanjutan proses selanjutnya	hy

Pembimbing I

Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rasmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis / 6-9-18	✓	Tambahkan paragraf untuk CS sebagai pendukung dan berkaitan dengan pelaksanaan strategi market share BPRS juga tambahkan paragraf untuk masalah terkait tanggapan awal	ly ly

Pembimbing I

Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: ainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX/ 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu / 9-9-18	✓	terhadap umum supaya kepada pimpinan dan jaya labours / perlu gambar rinci tugas kepada pejabat manajemen BMT / staf pimpinan	ly

Pembimbing I

Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41 507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: ainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa / 28-8-2018	✓	Ace Bab 1 - III Lanjutan Praksis Berikut	ly

Pembimbing I

Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS
 NPM : 141266610 Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	24-8-18	✓	Perbaikan dalam pembuatan sampel pada bagian yang akan diwawancarai	ly

Pembimbing I

Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS
 NPM : 141266610 Semester/TA : IX/ 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis / 26-7-2018	l	Free outline Cajin proses berikutnya	ly

Pembimbing I

Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX/ 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	selasa 17-7-18	✓	Perbaikan outline dari bab II-IV kecenderungan tentang strategi promosi khusus sudah diselesaikan sejauh LSM	Lj shy

Pembimbing I

Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS
 NPM : 141266610 Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing		Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I	II		
	Kamis / 25-10-18		✓	Acc Bab 485 dapat dilepaskan kepublikasi I	

Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Suraya Murcitaningrum, M. SI
 NIP. 19801162009122001

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing		Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I	II		
	Selasa / 2018 22-10			✓ Tabal & grafik diberi perincian & nama	
	Rabu / 2018 24-10			✓ Perbaiki Analisis, Buat kerangka	
				✓ Perbaiki kerangka, diberi kerangka baru urutan paragraf politik Buat abstrak	

Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Suraya Murcitaningrum, M. SI
 NIP. 19801162009122001

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rasmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX/ 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing		Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I	II		
	19-10-2018			<p>hal yang di bahas sistematika, Bahari! dan untuk apa yang di suru keakhir dari suru keakhir dipilah? lagi data perkawanan masalah Noسابi ada saat qstik lalu anda deskripsi februari masalah - off produk</p>	

Pembimbing II

- Bahari Liana & anda Supri
 Mahasiswa Ybs,
 Semoga lancar dan sukses.

Suraya Murchitaningrum, M. SI
 NIP. 19801162009122001

Liana Rasmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rasmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing		Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I	II		
	Selasa / 2018 16-10			<p>- Dalam laporan pelti (Pembinaan) tidak ada contoh buku. laporan yang anda buat dihalusi keab di dalam mesin pemah ds contoh buku.</p> <p>- Laporan usulan kepe APD dan pengingat yg sistematis</p>	

Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Suraya Murtaningrum, M. SI
 NIP. 19801162009122001


Liana Rasmala Dewi
 NPM. 141266610



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmuyu Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: ainmetro@metrouniv.ac.id


FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing		Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I	II		
	Senin / 9/10/17 16:10			<p>✓ Strategi market Share. Mb. Dpt ke siapa saja Informasi tidak - by / Dpt - apa saja melalui pipis de konyam. Laku trah apakah yg usufda Market game jura ada 10 - terow (bawal - pga terbaru? Organisat / penting dulu de!</p>	

Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Suraya Murchaningrum, M.Si
 NIP. 19801162009122001

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing		Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I	II		
	Selasa/28-08-18			✓ Pembelian APD	
	Rabu/29-08-18			✓ ACC APD dan keputusan lain	

Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Suraya Murcitaningrum, M. SI
 NIP. 19801162009122001

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 16A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: ainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing		Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I	II		
	Jumat, 27-7-18			Acc Pendahuluan Bab 1-3 dapat dibantu ke pablisin I	

Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Suraya Murcitaningrum, M. SI
 NIP. 19801162009122001

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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


FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rasmala Dewi

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing		Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		I	II		
	Selasa/ 13-07-18			✓ Ace out Line	

Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Suraya Murchitaningrum, M. SI
 NIP. 19801162009122001

Liana Rasmala Dewi
 NPM. 141266610



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liana Rusmala Dewi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ PBS

NPM : 141266610

Semester/TA : IX / 2017/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 2-8-18	✓	Pirhasih pentas Ulas catatatan dala burhas	ly

Pembimbing I

Dra. Siti Nurjanah, M. Ag
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs,

Liana Rusmala Dewi
 NPM. 141266610

SIMULASI ANGSURAN PEMBIAYAAN KUR MIKRO IB

Nominal Pembiayaan	3	6	12	24	36	48	60
5,000,000	1,691,729	855,345	437,257	228,424	158,999	124,425	103,792
7,500,000	2,537,593	1,283,017	655,886	342,636	238,498	186,638	155,688
10,000,000	3,383,458	1,710,689	874,515	456,847	317,997	248,850	207,584
12,500,000	4,229,322	2,138,361	1,093,143	571,059	397,497	311,063	259,479
15,000,000	5,075,187	2,566,034	1,311,772	685,271	476,996	373,276	311,375
17,500,000	5,921,051	2,993,706	1,530,401	799,483	556,495	435,488	363,271
20,000,000	6,766,916	3,421,378	1,749,030	913,695	635,995	497,701	415,167
22,500,000	7,612,780	3,849,050	1,967,658	1,027,907	715,494	559,913	467,063
25,000,000	8,458,645	4,276,723	2,186,287	1,142,119	794,993	622,126	518,959

Persyaratan calon debitur KUR Mikro IB

- 1) Individu (perorangan) yang melakukan usaha produktif dan layak
- 2) Telah melakukan usaha secara aktif minimal 6 bulan
- 3) Persyaratan administrasi : identitas berupa E-KTP, KK dan surat ijin usaha

Ketentuan dan Syarat Pembiayaan :

- 1) Besar Pembiayaan Maksimal Rp 25 Juta per Nasabah
- 2) Jenis Pembiayaan :
 - Pembiayaan Modal Kerja jangka waktu maksimal 3 (tiga) ta
 - Pembiayaan Investasi jangka waktu maksimal 5 (lima) tahun
- 3) Tidak ada biaya administrasi

HUG Emilham odo 6775 9147

KC Tanjung Karang Sudirman
 Jl. Sudirman No. 21
 Bandar Lampung 35118
 Telp. : (0821) 253 333
 Fax. : (0721) 265 007

KCP Lampung Bandar Jaya
 Jl. Proklamator No. 112
 Lampung Tengah 34163
 Telp. : (0725) 528 444
 Fax. : (0725) 528 456

KCP Lampung Metro
 Jl. A.H. Nasution No. 1
 Metro 34111
 Telp. : (0725) 452 00
 Fax. : (0725) 424 26

KCP Lampung Natar
 Jl. Raya Natar No. 19 KM 21
 Lampung Selatan 35362
 Telp. : (0721) 913 21
 Fax. : (0721) 913 14

KCP Lampung Pringsewu
 Jl. K.H. Ghosib, Pringsewu Barat
 Pringsewu 35373
 Telp. : (0729) 212 00
 Fax. : (0729) 212 50

KCP Lampung Sribhawono
 Jl. Raya Srimenanti, Sri Bawono
 Lampung Timur 34389
 Telp. : (0725) 660 777
 Fax. : (0725) 661 777

KCP Tulang Bawang Barat
 Jl. Jenderal Sudirman No. 206
 Tulang Bawang Barat 34594
 Telp. : (0724) 320 0100
 Fax. : (0724) 320 0123



IAIN METRO



Kini, semua bisa punya rumah idaman dan segala kebutuhannya dengan mudah, murah, tanpa was-was plus banyak faedahnya!



Segera ajukan KPR Faedah di Kantor Cabang BRISyariah terdekat.

*untuk setiap pembiayaan KPR kelipatan Rp 1 juta selama 15 tahun

Bersama Wujudkan Harapan Bersama

callBRIS 1500-789 @BRISyariah
 www.brisyariah.co.id BRI Syariah

ESTIMASI ANGSURAN KPR FAEDAH BRISYARIAH *

KPR MURABAAH	JANGKA WAKTU (bulan)		
	60	120	180
100,000,000	2,249,794	1,493,107	1,314,987
250,000,000	5,624,485	3,732,768	3,287,468
500,000,000	11,248,969	7,465,537	6,574,936
750,000,000	16,873,454	11,198,305	9,862,405
1,000,000,000	22,497,938	14,931,074	13,149,873

- angsuran pembiayaan tetap hingga fasilitas pembiayaan lunas
 - bebas biaya administrasi dan provisi

Informasi lebih lanjut hubungi :

16RBGO20

Bersama Wujudkan Harapan Bersama

callBRIS 1500-789 @BRISyariah
 www.brisyariah.co.id BRI Syariah

Produk Pembiayaan

PRODUK	PAGU (juta)	TENOR
MIKRO 25iB	5 – 25	6 – 36 bulan
MIKRO 75iB	5 – 75	6 – 36 bulan
MIKRO 500iB	> 75 – 500	6 – 36 bulan 6 – 48 bulan * 6 – 60 bulan *

* Syarat dan ketentuan berlaku

Persyaratan Umum

1. Warga Negara Indonesia dan berdomisili di Indonesia
2. Usia minimal 21 tahun/telah menikah untuk usia ≥18 tahun
3. Wiraswasta yang usahanya sesuai prinsip syariah
4. Lama usaha calon nasabah :
 - a. Untuk mikro 75iB dan Mikro 500iB, lama usaha minimal 2 tahun
 - b. Untuk mikro 25iB, lama usaha minimal 3 tahun
5. Tujuan pembiayaan untuk kebutuhan modal kerja atau investasi
6. Memiliki usaha tetap
7. Jaminan atas nama milik sendiri atau pasangan atau orang tua atau anak kandung
8. Biaya administrasi mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku

Persyaratan Dokumen (Umum)

PERSYARATAN	MIKRO 25iB	MIKRO 75iB	MIKRO 500iB
FC KTP Calon Nasabah dan pasangan	✓	✓	✓
Kartu Keluarga dan Akta Nikah	✓	✓	✓
Akta Cerai / Surat Kematian (pasangan)	✓	✓	✓
Surat Ijin Usaha / Surat Keterangan Usaha	✓	✓	✓

Persyaratan Dokumen (Khusus)

PERSYARATAN	MIKRO 25iB	MIKRO 75iB	MIKRO 500iB
Jaminan	✗	✓	✓
NPWP	✗	✓	✓

Unit Mikro BRISyariah iB

Bersama kita menjadikan masa depan lebih baik

syariah

Bersama Wujudkan Harapan Bersama

KCP SRIBHAWONO
PEMBIAYAAN UMS PT. BANK BRISARIAH
Untuk Usaha Mikro : Penambahan Modal Kerja & Investasi Usaha Lainnya
Jl. Sribhawono Komplek Perum Griya Insani I Lampung Timur

JUMLAH PINJAMAN	JANGKA WAKTU / TENOR				
	6 BULAN	12 BULAN	18 BULAN	24 BULAN	36 BULAN
10.000.000	1.891.667	1.058.333	735.556	-	-
15.000.000	2.837.500	1.587.500	1.103.333	895.000	-
20.000.000	3.783.333	2.116.667	1.471.111	1.193.333	915.556
25.000.000	4.729.167	2.645.833	1.838.889	1.491.667	1.144.444
30.000.000	5.540.000	3.040.000	2.206.667	1.790.000	1.373.333
35.000.000	6.463.333	3.546.667	2.574.444	2.088.333	1.602.222
40.000.000	7.386.667	4.033.333	2.922.222	2.366.667	1.811.111
45.000.000	8.310.000	4.537.500	3.287.500	2.662.500	2.037.500
50.000.000	9.233.333	5.016.667	3.627.778	2.933.333	2.238.889
55.000.000	10.101.667	5.518.333	3.990.556	3.226.667	2.462.778
60.000.000	11.020.000	6.020.000	4.353.333	3.520.000	2.686.667
65.000.000	11.938.333	6.521.667	4.716.111	3.813.333	2.910.556
70.000.000	12.856.667	7.023.333	5.078.889	4.106.667	3.134.444
75.000.000	13.475.000	7.225.000	5.141.667	4.100.000	3.058.333
80.000.000	14.293.333	7.626.667	5.404.444	4.293.333	3.182.222
85.000.000	15.186.667	8.103.333	5.742.222	4.561.667	3.381.111
90.000.000	16.080.000	8.580.000	6.080.000	4.830.000	3.580.000
95.000.000	16.973.333	9.056.667	6.417.778	5.098.333	3.778.889
100.000.000	17.866.667	9.533.333	6.755.556	5.366.667	3.977.778
125.000.000	22.333.333	11.916.667	8.444.444	6.708.333	4.972.222
150.000.000	26.800.000	14.300.000	10.133.333	8.050.000	5.966.667
175.000.000	31.266.667	16.683.333	11.822.222	9.391.667	6.961.111
180.000.000	32.160.000	17.160.000	12.160.000	9.660.000	7.160.000
185.000.000	33.053.333	17.636.667	12.497.778	9.928.333	7.358.889
190.000.000	33.946.667	18.113.333	12.835.556	10.196.667	7.557.778
195.000.000	34.840.000	18.590.000	13.173.333	10.465.000	7.756.667
200.000.000	35.733.333	19.066.667	13.511.111	10.733.333	7.955.556

Persyaratan : - Copy KTP Suami Istri - Copy SHM/BPKB (Jaminan)
 - Copy KK (Kartu Keluarga) - PBB Terbaru
 - Copy Buku Nikah - Surat Keterangan Usaha
 - Pembukuan/Nota 3 bln Terakhir - NPWP

Catatan :
 - Bank berhak menolak aplikasi/berkas yang masuk tanpa memberikan alasan
 - Aplikasi yang sudah masuk tidak dapat diambil kembali

HUBUNGI :
LUKMAN
0821 7758 5389

Brosur Produk Tabungan Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono

TABUNGAN FAEDAH
BRISyariah iB




BIAYA TRANSAKSI MURAH

SETORAN AWAL RINGAN

GRATIS Biaya Administrasi Bulanan Tabungan & Kartu ATM*

SUBSIDI 50% Biaya Debit**

LAYANAN e-CHANNEL Canggih & Lengkap

TRANSAKSI Dapat dilakukan di Kantor Layanan Syariah Bank BRI

SUBSIDI 50% Biaya Tarik Tunai, Cek Saldo, Transfer di Jaringan ATM
ATM BRI, PRIMA, K2PM**

Berlaku mulai 6 Mei 2015:
* Saldo minimum tabungan Rp 50.000,-, biaya administrasi jika saldo di bawah minimum Rp 12.500,-/bulan
** Ganti biaya transaksi di jaringan ATM BRISyariah
*** Ganti biaya transaksi di jaringan ATM Bank BRI, ATM Bersama, ATM Prima, dan Debit Prima berlaku untuk subsidi 50% biaya transaksi di jaringan ATM Bank BRI, ATM Bersama, ATM Prima, dan Debit Prima
**** Saldo sebelum transaksi kurang dari Rp 500.000,- maka akan dikenakan tarif normal
***** Jika saldo sebelum transaksi kurang dari Rp 500.000,- maka akan dikenakan tarif normal di jaringan ATM Bank BRI, ATM Bersama, ATM Prima dan Debit Prima

CallBRI 1500-789
www.brisyariah.co.id

BRI Syariah
@BRISyariah

Bersama Wujudkan Harapan Bersama

Tabungan Faedah
BRISyariah iB



Kemudahan bertransaksi yang penuh nilai kebaikan



Bersama Wujudkan Harapan Bersama



Kemudahan bertransaksi yang penuh nilai kebaikan

Tabungan Faedah BRISyariah iB merupakan tabungan dari BRISyariah bagi nasabah yang menggunakan prinsip titipan, dipersembahkan bagi Anda yang menginginkan kemudahan dalam transaksi keuangan.

Manfaat

Ketenangan dan kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah.

Fasilitas

- Aman karena diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
- Dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor dan mesin BRISyariah secara *online* dan *realtime*
- Beragam FAEDAH (fasilitas serba mudah):
 - Ringan setoran awal Rp. 100.000,-
 - Gratis biaya administrasi bulanan
 - Gratis biaya kartu ATM Bulanan
 - Biaya tarik tunai murah di seluruh Jaringan ATM BRI, Bersama & Prima*)
 - Biaya transfer murah atas Jaringan ATM BRI, Bersama & Prima*)
 - Biaya Cek Saldo murah di Jaringan ATM BRI, Bersama & Prima*)
 - Biaya debit prima murah*)

*syarat dan ketentuan berlaku


- Dengan Kartu ATM BRISyariah, Anda mudah melakukan beragam transaksi perbankan di ATM BRISyariah serta di puluhan ribu jaringan perbankan di ATM BRISyariah serta di puluhan ribu jaringan ATM BRI, ATM Bersama maupun ATM Prima di seluruh Indonesia
- Berbagai layanan perbankan yang dapat dilakukan melalui mesin ATM BRISyariah:
 - Informasi Saldo
 - Tarik Tunai
 - Ganti Pin
 - Transfer ke rekening BRISyariah maupun bank lain

- Pembayaran tagihan : Telkom PSTN, Telkomvision, Internet Speedy, telco pascabayar (Flex), Kartu HALO, XL, AXIS, ESIA, Smartfren), PLN (pascabayar, non tagihan listrik)
- Pembayaran pembelian : telco prabayar (Telkomsel, Simpati), Kartu AS, XL, Indosat, AXIS, Esia, Smartfren), PLN prabayar / token, Tiket KAI
- Pembayaran zakat, infaq, shadaqah, wakaf dan qurban
- Pembayaran uang sekolah (SPP)

- Kartu ATM BRISyariah juga berfungsi sebagai kartu debit untuk berbelanja tanpa menggunakan uang tunai di seluruh merchant berlogo **Debit BRI** dan **Debit Bersama**
- Dapat diberikan bonus sesuai kebijakan Bank
- Dapat dilakukan pemotongan zakat secara otomatis dari rekening yang diterima

Syarat dan Ketentuan

Peryaratan	Perorangan
Dokumen	• Fotocopy KTP yang masih berlaku • Fotocopy NPWP
Setoran awal minimal	Rp 100.000,-





Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah iB

Menabung itu Aku

Deskripsi

SimPel iB kependekan dari Simpanan Pelajar iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Keunggulan

- Setoran awal ringan
- Biaya murah
- Bebas biaya administrasi
- Memperoleh kartu ATM (optional)
- GRATIS fitur faedah (transaksi melalui ATM melalui jaringan BRI, PRIMA dan, Bersama)
- Memperoleh buku Tabungan
- Dapat diberikan bonus sesuai kebijakan Bank
- Rekening dapat diberikan fasilitas layanan autodebet berdasarkan standing instruction, pembayaran tagihan rutin, zakat/intaq/sedekah, autosweep, dan sebagainya.

Persyaratan

- Perjanjian kerja Sama antara BRISyariah dengan Sekolah
- Mengisi kelengkapan Aplikasi Pembukaan Rekening SimPel iB.
- Melengkapi dokumen pembukaan rekening. (Siswa : kartu keluarga/NISN/NIS dan Orang Tua/Wali : KTP)

Fitur & Biaya

- Setoran awal minimum : Rp.1.000,-
- Setoran selanjutnya minimum : Rp.1.000,-
- Saldo mengendap minimum : Rp.1.000,-
- Limit penarikan Rp: .500.000,-/hari
- Dapat diberikan kartu ATM (optional)
- Dapat diberikan fasilitas e-channel berupa MobileBRIS, SMSBRIS, dan phone banking (callBRIS)
- Biaya administrasi tabungan : GRATIS
- Biaya jika saldo mengendap dibawah minimum : GRATIS
- Biaya rekening dormant Rp.1.000,-/bulan (dikenakan apabila rekening tdak aktif transaksi selama 12 bulan)
- Biaya penggantian buku tabungan saat pembukaan rekening atau karena habis : GRATIS
- Biaya penggantian buku tabungan karena hilang/rusak : Rp. 5.000,-
- Biaya pembuatan kartu ATM : Rp.5.000,-
- Biaya penggantian kartu ATM karena hilang/rusak : Rp.15.000,-
- Biaya penutupan rekening : Rp.1.000,-

Giro BRISyariah iB syariah

Hadirkan kebaikan serta kemudahan berbisnis

Bersama Wujudkan Harapan Bersama

Hadirkan kebaikan serta kemudahan berbisnis

Pastikan keamanan serta kemudahan berbisnis dengan Giro BRISyariah iB. Dana Anda kami kelola berdasarkan prinsip titipan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro.

Manfaat

Keamanan, kemudahan berbisnis serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah.

Fasilitas

- Aman, karena diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
- Dapat bertransaksi di seluruh jaringan Kantor Cabang BRISyariah secara *online*
- Kemudahan bertransaksi bisnis sehari-hari
- Buku cek dan bilyet giro sebagai media penarikan
- Bonus sesuai kebijakan bank
- Pemotongan zakat secara otomatis dari bonus yang diterima
- Tersedia layanan perbankan elektronik untuk kemudahan transaksi perbankan non tunai tanpa hambatan waktu maupun tempat

Syarat dan Ketentuan

Persyaratan	Perorangan	Perusahaan/Badan Hukum
Setoran awal minimal	Rp. 2.500.000,-	Rp. 5.000.000,-
Setoran selanjutnya minimal	Rp. 50.000,-	Rp. 50.000,-
Dokumen (fotokopi)	KTP yang masih berlaku	KTP yang masih berlaku dari pengurus
	NPWP	Akta Pendirian Perusahaan beserta perubahan (jika ada), serta pengesahan Departemen Kehakiman
		Surat Persetujuan Pengurus
		TDP, SIUP, NPWP, dan lainnya



Pembiayaan Umrah
BRISyariah iB

syariah

Siapapun Kini Dapat Beribadah Umrah
dengan Mudah dan Murah

SUDAH BISA
Rp. 1000-an/hari
UMRAH

Bersama Wujudkan Harapan Bersama

iB

Siapapun kini bisa beribadah umrah dengan mudah dan murah

Setiap muslim pasti merindukan *Baitullah*, sempurnakan kerinduan Anda pada *Baitullah* dengan ibadah Umrah. Pembiayaan Umrah BRISyariah iB kini hadir membantu Anda untuk menyempurnakan niat Anda beribadah dan berziarah ke *Baitullah*

Akad
Produk Pembiayaan Umrah BRISyariah iB menggunakan prinsip akad jual beli manfaat/jasa (*ijarah* Multijasa).

Manfaat
Merealisasikan niat beribadah ke *Baitullah* melalui ibadah Umrah, dengan mudah, tenang, nyaman dan berkah karena sesuai syariah.

Fasilitas

- Pembiayaan Umrah flexible dengan pilihan jangka waktu sesuai kemampuan hingga 36 bulan.
- Paket Umrah tersedia dari berbagai pilihan Biro Tour & Travel yang telah kerjasama dengan BRISyariah atau dari pilihan nasabah sendiri.**
- Dapat diangsur setelah nasabah selesai menyempurnakan ibadah Umrah.
- Uang muka minimal 10% dari nilai paket Umrah yang dibeli.
- Persyaratan mudah dan proses cepat.
- Cicilan tetap dan ringan.
- 1 (satu) orang nasabah dapat mengajukan pinjaman maksimal 5 paket.**
- Nilai pembiayaan Umrah minimal Rp. 10.000.000,- — maksimal Rp. 150.000.000,-

Syarat dan Ketentuan

- Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah.
- Maksimal usia 65 tahun.
- Surat Persetujuan Suami/Istri.
- Nasabah wajib membuka Rekening Tabungan atau Giro di BRISyariah.
- Diperkenankan pendapatan gabungan dengan pasangan (suami/isteri).
- Cicilan tetap dan ringan.
- Ada jaminan bisa berupa : Emas, Deposito, Mobil/Motor dengan BPKB, atau tanah bangunan bersertifikat SHM/SHGB.
- Pelunasan dipercepat diperkenankan setelah cicilan berjalan lebih dari setengah periode jangka waktu pembiayaan.

Persyaratan Dokumen Nasabah

Dokumen yang diperlukan Pemohon	Karyawan	Non-Karyawan
Aplikasi BRISyariah	✓	✓
Persetujuan Suami/Istri	✓	✓
Copy KTP Pasangan dan KTP Pasangan (bila telah menikah)	✓	✓
Copy Kartu Keluarga	✓	✓
Copy Surat Nikah	✓	✓
Copy NPWP Pribadi (untuk pinjaman > Rp.50 juta)	✓	✓
Surat Keterangan Pekerjaan (Asli)/Copy SK Pengangkatan	✓	✓
Surat Keterangan Penghasilan/ Slip Gaji (asli)	✓	✓
Copy Rekening Tabungan/Giro Calon Nasabah 3 bulan terakhir	✓	✓

****Syarat dan Ketentuan Berlaku**

* Dari setiap kelipatan Rp. 1 juta

Tabungan Impian BRISyariah iB

Wujudkan semua impian Anda bersama **Tabungan Impian BRISyariah iB** dengan setoran awal ringan mulai **Rp 50.000,-** dan **GRATIS** biaya administrasi bulanan tabungan + asuransi jiwa dengan bagi hasil yang menarik.

Tabungan Impian

callBRIS 500-789
www.brisyariah.co.id

Rp 500 ribu per bulan
Bisa Umrah ke Tanah Suci*

Rp 150 ribu per bulan
Bisa Beli Hewan Qurban**

FAËDAH
Tabungan BRISyariah iB

smsBRIS
3338

Tabungan Haji BRISyariah iB

Mewujudkan Langkah Terbaik Menyempurnakan Ibadah

Buka Tabungan Haji BRISyariah iB dan dapatkan berbagai kemudahan bagi Anda:

- Setoran awal ringan mulai Rp 50.000,-
- Setoran berikutnya sangat ringan mulai Rp 10.000,-
- Gratis biaya administrasi bulanan
- Bagi hasil yg kompetitif dan pemotongan zakat secara otomatis
- Gratis asuransi jiwa dan kecelakaan
- Transaksi online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kepastian porsi keberangkatan haji
- Tersedia pilihan ibadah Haji Reguler (Rp 25 juta) dan Haji Khusus (USD 4.000) untuk mendapatkan porsi keberangkatan
- Bisa dibukakan untuk anak-anak

callBRIS 1500-789
www.brisyariah.co.id

BRI Syariah
@BRISyariah

Bersama Wujudkan Harapan Bersama



Tabungan Haji BRISyariah iB



Mengapa harus membuka Tabungan Haji untuk anak-anak?

Saat ini masa antrian keberangkatan haji regular di Indonesia sangat lama, bisa berkisar 15-20 tahun. Menunaikan ibadah haji juga perlu ditunjang dengan kesehatan yang prima dan kekuatan fisik, sehingga sangat tepat jika berangkat haji saat usia masih muda atau dewasa.

Sebagai ilustrasi, jika saat ini memiliki putra/putri berusia 5 tahun, dibukakan Tabungan Haji BRISyariah iB dengan setoran awal Rp 50.000,- maka sang anak akan memiliki langsung buku Tabungan Haji. Secara rutin terus ditambah saldonya (misal dengan menyisihkan uang saku harian/mingguan/bulanan) selama 5 tahun, maka di usia 10 tahun sang anak telah memiliki saldo Tabungan Haji BRISyariah iB sebesar Rp 25 juta yang dapat didaftarkan porsi hajinya.

Asumsi masa tunggu keberangkatan haji adalah 20 tahun, maka sang anak akan berangkat haji pada usia 30 tahun (usia saat saldo tabungan haji mencapai Rp 25 juta yaitu usia 10 tahun + masa tunggu keberangkatan haji 20 tahun) = 30 tahun. Saat sang anak masih sangat kuat secara fisik dan usia cukup dewasa, maka ia telah dapat berangkat ke tanah suci untuk menunaikan ibadah haji.

 **callBRIS 1500-789**
www.brisyariah.co.id

 @BRISyariah

 BRI Syariah

Banner Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono



Lahan Parkir Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono



Open Table Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono



Penggalangan Dana Korban Bencana Alam

BRISyariah berfaedah

BRISyariah

TSUNAMI BANTEN DAN LAMPUNG SELATAN
Mari Bantu Mereka Saudara Kita Yang Membutuhkan Bantuan

Rekening Infaq Shodaqah:
BRISyariah : **1003987716**
Akhir kode unik 422.
Contoh: Rp. 100.422

callBRIS 1500-789

@BRISyariah @BRISyariah BRISyariah BRISyariah

RIWAYAT HIDUP



Liana Rusmala Dewi lahir pada tanggal 16 Februari 1996, anak pertama dari pasangan Bapak Sugiyono dan Ibu Ruswanti.

Pendidikan TK Penulis ditempuh di TK Al-Huda Srimenanti dan selesai pada tahun 2002, kemudian melanjutkan Sekolah Dasar di SD Negeri 2 Sribhawono dan selesai pada tahun 2008, selanjutnya melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Bandar Sribhawono dan selesai pada tahun 2011, sedangkan Pendidikan Menengah atas di SMA Negeri 1 Bandar Sribhawono, dan selesai pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dimulai pada semester I TA. 2014/2015