

TUGAS AKHIR

**IMPLEMENTASI PEMASARAN
PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH
PADA PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG**

Oleh:

**SUHARNI OKTAVIA
NPM. 1502080104**



Jurusan : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

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

TUGAS AKHIR

**IMPLEMENTASI PEMASARAN
PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH
PADA PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh gelar
Ahli Madya (Amd)

Oleh:
SUHARNI OKTAVIA
NPM.1502080104

Pembimbing : Dliyaul Haq, M.E.I

Jurusan : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

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

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : **IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK
DEPOSITO MUDHARABAH PADA PT BPRS
MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG**

Nama : **SUHARNI OKTAVIA**

NPM : 15020810104

Jurusan : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dalam sidang munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Metro.

Pembimbing



Dlivaul Haq, M.E.I

NIP. 198101212015031002

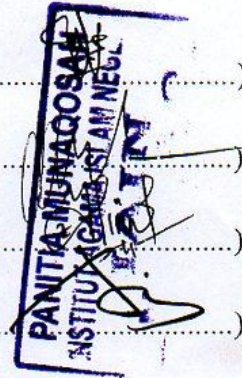
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: 2292/In.28.3/P/PP.00.9/10/2018

Judul Tugas Akhir: IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH PADA PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG, disusun oleh : Suharni Oktavia NPM: 1502080104, Jurusan: D3 Perbankan Syariah (D3-PBS), telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu/3 Oktober 2018.

TIM MUNAQOSAH

Ketua/Moderator	: Dliyaul Haq, M.E.I.	(.....)
Penguji I	: Drs. Dri Santoso, M.H.	(.....)
Penguji II	: Zumaroh, M.E.Sy.	(.....)
Sekretaris	: Aisyah Sunarwan, M.Pd	(.....)



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



ABSTRAK

IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH PADA PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG

SUHARNI OKTAVIA

NPM.1502080104

BPRS Mitra Agro Usaha (MAU) Bandar Lampung merupakan lembaga keuangan syariah yang bergerak dibidang profit. Dalam kegiatan operasionalnya mencakup dua jenis kegiatan yaitu penghimpun dana dan penyaluran dana dari masyarakat. Produk penghimpun dana yang dimiliki oleh BPRS MAU yaitu (Tabungan *Wadiah*, Tabungan *Mudharabah* dan Deposito *Mudharabah*). Dari ketiga produk penghimpun yang masih belum menarik perhatian masyarakat adalah produk deposito *mudharabah*. Karena kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh pihak BPRS MAU pada produk deposito *mudharabah*. Maka diperlukannya pemasaran untuk memasarkan suatu produk perbankan. Pada dasarnya pemasaran menjadi kebutuhan pada dunia perbankan. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu rencana yang telah dibuat serta diharapkan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Untuk mengumpulkan data, peneliti mendapatkannya melalui wawancara dan dokumentasi. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik *purpose sampling* yaitu mengambil sampel nasabah deposito dan bukan nasabah deposito. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi pemasaran produk deposito *mudharabah* yang dilakukan oleh BPRS MAU Bandar Lampung.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa persentase jumlah nasabah deposito *mudharabah* BPRS MAU mengalami pasang surut tiap tahunnya dimulai pada tahun 2013 sampai dengan sekarang dengan persentase kenaikan yaitu 30% dan penurunan \pm 5-10%. Penurunan jumlah nasabah terjadi karena faktor ketidakpercayaan nasabah pada BPRS MAU. Nasabah beranggapan bahwa BPRS MAU belum dinaungi oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) padahal sebaliknya. Selain itu, pada sistem pemasaran produk deposito pihak BPRS MAU tidak memasarkan keseluruhan lapisan masyarakat (hanya tertuju kepada pedagang-pedagang yang mempunyai toko besar).

Berdasarkan hasil penelitian di BPRS MAU pemasaran yang diterapkan dalam memasarkan produk deposito *mudharabah* menggunakan konsep bauran pemasaran (*product, price, promotion, place*). Dalam melakukan pemasaran pihak bank sudah cukup baik. Hanya saja, kurang menonjolkan bagian *promotion*. Akan lebih efektif apabila memanfaatkan media cetak (spanduk, brosur lebih menarik lagi), dan media teknologi dalam pemasaran seperti halnya sosial media yang saat ini hampir semua kalangan mengetahui.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suharni Oktavia

NPM : 1502080104

Jurusan : D-III Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya yang terdapat di daftar pustaka.



MOTTO

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

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

(QS. An-Nisa’: 29)*

*Departemen Agama RI, *Al-Qura’an dan Terjemah*, (Jakarta: Magfirah Pustaka, 1987), h. 83

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT. Peneliti persembahkan tugas akhir ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih sayang tulus kepada:

1. Kedua orangtua saya (Bapak Miftakhudin dan Ibu Sugiarti), yang tidak ada hentinya untuk mendoakan saya dan mendukung saya baik dalam moril maupun materil dan selalu mencurahkan semua kasih sayang, motivasi, perhatian kepada saya. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan kasih sayang kepada mereka.
2. Adik-adik tersayang Akbar Madani Mutawaqil dan Dinarta Fiddin Darojat yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
3. Rekan-rekan D3 Perbankan Syariah angkatan 2015, yang telah memberikan dukungan kepada saya. semoga kalian bisa melanjutkan mimpi-mimpi kalian dan menjadi orang yang bisa dibanggakan kelak.

Terimakasih atas keikhlasan dan ketulusan dalam mencurahkan cinta, kasih sayang dan doanya. Terimakasih untuk perjuangan dan pengorbanan kalian semua.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Ahli madya (Amd).

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, pengarahan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak yang turut serta membantu hingga terlaksananya penulisan Tugas Akhir ini. Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu melalui pengantar ini peneliti menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Ibu Zumaroh, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan D-III Perbankan Syari'ah IAIN Metro dan selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan yang sangat berharga.
4. Bapak Dliyaul Haq, M.E.I selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan yang sangat berharga.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas guna menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Bapak Mat Amin,SE.Akt. selaku Direktur Utama PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung beserta seluruh Karyawan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung yang telah memberikan izin untuk penelitian sehingga melancarkan peneliti dalam pengumpulan data.
7. Almamater tercinta IAIN Metro yang selalu menjadi kebanggaan, tempat dimana peneliti menggali ilmu, mempertajam intelektual dan menambah banyak teman untuk menjalin silaturahmi.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Untuk itu diperlukan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini memberikan manfaat bagi pembaca dan semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.Aamiin.

Metro, 19 September 2018
Peneliti,



Suharni Oktavia
NPM: 1502080104

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITASI PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Manfaat	5
D. Metode Penelitian.....	6
1. Jenis dan Sifat Penelitian	6
2. Sumber Data.....	7
3. Teknik Pengumpulan Data.....	8
4. Metode Analisa Data.....	10
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Pemasaran	13
1. Pengertian Pemasaran	14
2. Konsep-Konsep Pemasaran.....	14
3. Strategi Pemasaran	16
B. Deposito	21
1. Pengertian Deposito	21
C. Akad <i>Mudharabah</i>	23
1. Pengertian <i>Mudharabah</i>	23
2. Dasar Hukum <i>Mudharabah</i>	24
3. Rukun dan Syarat <i>Mudharabah</i>	25
4. Manfaat <i>Mudharabah</i>	26

BAB III HASIL PENELITIAN	27
A. Gambaran umum PT. BPRS Mitra Agro Usaha	27
Bandar Lampung	
1. Sejarah berdirinya PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.....	27
2. Visi dan Misi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.....	29
3. Struktur Organisasi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.....	31
B. Produk Deposito <i>Mudharabah</i> PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.....	34
C. Implementasi Pemasaran Deposito <i>Mudharabah</i> PT BPRS Mitra Agro Usaha Lampung	36
BAB IV PENUTUP	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran.....	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan adalah suatu badan yang kegiatannya dibidang keuangan, meliputi penghimpun dana penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Meski dalam peraturan lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasii perusahaan, namun tidak berarti membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan (kredit, saham, obligasi).²Lembaga keuangan itu sendiri dibagi menjadi dua, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank.

Suatu lembaga keuangan itu sendiri diperlukan dalam perekonomian modern karena fungsinya sebagai mediator antara pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana, khususnya lembaga keuangan yaitu bank.³ Bank merupakan tempat untuk menyimpan atau menitip uang pembeli dan penyalur kredit, serta perantara dalam pembayaran dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Jika dipandang dari konteks hukum, perbankan di Indonesia menganut dua sistem konvensional dan sistem syariah.

² Andri Seomitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, Ed.1, Cet.2, 2010), h. 27-28.

³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 25.

Kedua bank ini memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai lembaga perantara (*intermediary*) hanya saja prinsip operasionalnya yang berbeda.⁴ Bank konvensional adalah bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan sistem bunga, sedangkan bank syariah kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip bagi hasil dengan berlandaskan Al-Qur'an dan hadits.

Bank syariah memiliki peran sebagai lembaga perantara antara pihak investor yang menginvestasikan dananya dalam bentuk titipan (*Wadiah*) dan investasi (*Mudharabah*) yang kemudian menyalurkan dananya kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan (*murabahah, salam* dan *istishna*).⁵ Sehingga, bank tidak dapat menyalurkan dananya secara optimal jika tidak memiliki dana titipan dari nasabah, khususnya *mudharabah*.

Deposito *mudharabah* merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan antara bank dan nasabah investor.⁶ Akad *mudharabah* adalah simpanan berupa investasi tidak terikat pihak ketiga pada bank syariah yang penarikannya berdasarkan perjanjian antara nasabah pemilik danadengan bank dengan pembagian hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dimuka.⁷

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Pranadamedia Group, 2010), h. 38.

⁵ *Ibid.*, h. 34

⁶ *Ibid.*, h. 91

⁷ Sulaeman Jajuli, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, Ed. 1, Cet. 1, (Yogyakarta: Depublish, 2015), h. 174

Produk penghimpun yang dimiliki oleh BPRS MAU adalah (Tabungan *Wadiah*, *Tabungan Mudharabah* dan *Deposito Mudharabah*). Dari ketiga produk tersebut yang paling disukai oleh nasabah yaitu tabungan *wadiah*, karena bisa diambil kapan saja.⁸ Dibandingkan dengan produk di BPRS MAU yaitu *Deposito Mudharabah*.

Pada *deposito mudharabah* dapat diambil dalam jangka waktu antara 1, 3, 6, dan 12 bulan dimana jangka waktu ini dapat ditentukan sendiri oleh nasabah deposan. Dan pada *deposito mudharabah* pada BPRS MAU sudah memberikan kemudahan dan kelebihan dengan menggunakan sistem ARO (*Automatic Roll Over*) yang dimana, jika nasabah *deposito* sudah jatuh tempo maka secara otomatis akan langsung diperpanjang tanpa melakukan akan baru lagi.

Pemasaran adalah proses tentang bagaimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumen agar para konsumen tersebut menjadi paham, senang lalu membeli produk yang ditawarkannya dan akhirnya konsumen menjadi puas sehingga mereka akan selalu membeli produk perusahaan itu.⁹ Salah satu komponen yang dilakukan dalam kegiatan pemasaran yaitu strategi pemasaran.

Strategi pemasaran (wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran dalam memperoleh hasil yang optimal) yang digunakan adalah bauran pemasaran. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari

⁸ Wawancara dengan Ifra Siswanto selaku S.O (*Sales Officer*) BPRS MAU pada 31 Januari 2018

⁹ Indriyo Gitosudarsono, *Manajemen Pemasaran*, Ed.2, Cet.2, (Yogyakarta: BPFE, 2012), h. 157

bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya.¹⁰ Dalam strategi pemasaran perusahaan bersaing di semua segmen dengan target yang tepat untuk penempatan produk yang tepat pula.

Bauran pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan di antara elemen-elemen yang ada dalam bauran pemasaran itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.¹¹

Penggunaan bauran pemasaran dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran terdiri dari empat P, yaitu: *Product*, (sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan), *Price* (harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan), *Place* (penentuan lokasi yang strategis), *Promotion* (sarana untuk menarik dan mempertahankan nasabah).¹²

Dalam praktiknya BPRS MAU hanya menggunakan 4P (*product, price, place, promotion*).¹³ Namun elemen promosi pada BPRS MAU mengalami perbedaan antara teori dan praktik di lapangan. Kurangnya tingkat kreatif bank dalam menyediakan brosur, semua produk-produk bank dan apapun tentang bank tercantum pada 1 brosur saja. Sehingga nasabah banyak yang belum memahami apapun tentang bank khususnya pada deposito

¹⁰ *Ibid.*, h. 163-164

¹¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Ed. Revisi, Cet.3, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 213.

¹² *Ibid.*, h. 216-246

¹³ Wawancara dengan Ifra Siswanto selaku S.O (*Sales Officer*) BPRS MAU pada 27 Maret 2018

mudharabah.¹⁴ Hal ini yang menyebabkan persentase nasabah deposito *mudharabah* BPR MAU Syariah mengalami pasang surut.

Disisi lain peneliti memilih obyek penelitian terkait dengan “Implementasi Pemasaran Produk Deposito *Mudharabah* Pada BPRS Mitra Agro Usaha Lampung” karena pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung merupakan lembaga keuangan syariah yang bergerak dibidang profit BPRS MAU awalnya berdiri beroperasi secara konvensional, kemudian berganti menjadi Bank Pembiayaan Rakyat.¹⁵ Hal inilah yang menarik untuk diteliti, guna mengetahui bagaimana Implementasi pemasaran yang dilakukan pada produk Deposito *Mudharabah* pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

A. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, untuk memudahkan pembahasan dan pemahamannya, maka pertanyaan penelitian adalah “Bagaimana Implementasi pemasaran produk deposito *mudharabah* yang diterapkan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung?”

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan penelitian

Tujuan peneliti pada hakikatnya merupakan suatu yang hendak dicapai, yang dijadikan arahan atas apa yang harus dilakukan dalam penelitian.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi

¹⁴ Wawancara dengan nasabah BPRS MAU pada tanggal 20 Maret 2018

¹⁵ www.bankmausyariah.co.id diunduh pada tanggal 25 April 2018

pemasaran pada Deposito *Mudharabah* di BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoretis maupun praktis.

a. Manfaat secara teoretis

Penelitian ini diharapkan untuk dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya terkait dengan pemasaran pada PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

b. Manfaat secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi praktisi bank dalam menerapkan strategi dan bauran pemasaran Deposito *Mudharabah* dimasa yang akan datang.

C. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap objek tertentu yang membutuhkan suatu analisa yang komprehensif serta menyeluruh.¹⁶ Dengan menggunakan desain kualitatif, objek dalam penelitian ini adalah strategi dan bauran pemasaran di BPR Mitra Agro Usaha Syariah yang beralamat pada Jl.

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), h. 11

Hayam Wuruk No. 95 Sawah Lama, Tanjung Karang Timur, Bandar Lampung.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara terperinci yang menggambarkan keadaan yang ada. Sedangkan penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.¹⁷

Jadi penelitian deskriptif kualitatif adalah sifat penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjabarkan tentang suatu kondisi atau situasi, yang penjabarannya tertuang dalam bentuk kalimat bukan angka. Artinya, dalam penelitian ini hanya berupa gambaran dan strategi pemasaran dalam memasarkan produk deposito *mudharabah* pada BPRS Mitra Agro Usaha Lampung.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.¹⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder. Adapun sumber data yang dimaksud adalah:

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h. 3

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.*, h. 172

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.¹⁹ Dalam hal ini sumber data primer diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.²⁰

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Agritia Gita (Manager Operasional), Isnaini Dwidayanti (*Customer Service*), Ifra Siswanto (*Salles Oficer*) dan Nasabah.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder adalah sumber data penunjang yang berkaitan dapat berupa buku-buku, dokumen-dokumen yang berupa hasil penelitian dan hasil laporan.²¹ Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang peneliti dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data primer menjadi lebih lengkap.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. *Interview* (wawancara)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data di mana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam wawancara, peneliti tidak harus bertatap secara

¹⁹Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana,2013), h. 129

²⁰Husein Umar, *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 42.

²¹ Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), h. 93

langsung, tetapi dapat melalui media tertentu misalnya telepon, chatting melalui internet dan lain-lain.²²Macam-macam wawancara terdiri dari:

- 1) Wawancara berstruktur adalah wawancara yang memberikan pertanyaan-pertanyaan yang mengarahkan jawaban dalam pola pertanyaan yang dikemukakan.
- 2) Wawancara tak berstruktur adalah wawancara yang dilakukan dengan cara pertanyaan dapat dijawab secara bebas oleh responden tanpa terikat pola-pola tertentu.
- 3) Campuran, bentuk ini merupakan campuran antara wawancara berstruktur dengan tak berstruktur.²³

Berdasarkan macam-macam wawancara di atas maka penelitian ini menggunakan wawancara campuran yaitu gabungan dari wawancara berstruktur dan wawancara tak berstruktur. Pada wawancara ini peneliti membawa sederet pertanyaan-pertanyaan, namun pada saat wawancara peneliti dapat mengembangkan pertanyaan lagi.

Dalam peneliti melakukan wawancara dengan Agritia Gita selaku Manajer Operasional (karena manajer operasional yang mengetahui berapa peningkatan seluruh nasabah atau data-data tentang produk bank), Isnaini Dwidayanti selaku *Customer Service* (yang melayani langsung para calon nasabah dan perhitungan bagi hasil seposito), Ifra Siswanto selaku *Sales Officer* (Terjun langsung dalam memasarkan

²² Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2009), h. 137

²³ W. Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Gramedia, 2002), h. 120.

produk terutama produk deposito) dan nasabah deposan (Darto, Suherman, Saiful), nasabah bukan deposan (Yatmi, Agus Susilo).

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel nasabah deposito dan nasabah bukan deposito dengan menggunakan teknik *purposive sampling* merupakan teknik penentu sampel dengan pertimbangan tertentu sehingga layak dijadikan sampel.²⁴ Pertimbangan tertentu yaitu nasabah pada BPRS MAU yang dikategorikan sudah menjadi nasabah deposito dan belum menjadi nasabah deposito. Berdasarkan penjelasan tersebut maka peneliti mengambil 5 sampel (3 nasabah deposan dan 2 nasabah bukan deposan).

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, struktur organisasi, peraturan-peraturan, notulen rapat dan sebagainya.²⁵ Penelitian ini, dokumentasi yang menjadi sumber datanya adalah yang berkaitan dengan tempat penelitian yakni BPRS MAU Bandar Lampung yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berisi gambaran BPRS Mitra Agro Usaha Lampung.

4. Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif karena data yang didapat berupa uraian-uraian dan keterangan-keterangan. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena

²⁴ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 155

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 11.

data yang didapatkan berupa uraian-uraian keterangan wawancara yang dilakukan peneliti.

Analisis data kualitatif tersebut menggunakan cara berfikir induktif, yaitu berangkat dari fakta-fakta dan data yang konkret kemudian ditarik generalisasi yang mempunyai sifat umum.²⁶ Dalam cara berpikir induktif ini dimana teknik ini disusun mulai dari pengumpulan data atau fakta dan berakhir pada kesimpulan yang merupakan ciri umum dari data/fakta yang diamati. Oleh karena itu induktif pada penelitian ini bahwa peneliti akan menyampaikan serta menggambarkan suatu fakta konkret mengenai implementasi pemasaran pada produk deposito *mudharabah* pada BPRS MAU Bandar Lampung kemudian ditarik kesimpulan secara umum.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I

PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II

LANDASAN TEORI

Dalam landasan teori membahas tentang pemasaran yang meliputi; pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, konsep-konsep pemasaran, strategi pemasaran. Deposito meliputi; pengertian deposito. Akad *mudharabah* meliputi; pengertian, dasar

²⁶ Sutrisno Hadi, *Metodologi Reasearch*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada, 1984), h. 42

hukum bentuk-bentuk *mudharabah*, rukun, syarat, dan manfaat *mudharabah*.

BAB III

PEMBAHASAN

Berisikan tentang hasil penelitian dibank yang meliputi;gambaran umum, sejarah bank, visi, misi, struktur organisasi bank, produk deposito *mudharabah*, implementasi pemasaran pada produk deposito *mudharabah*.

BAB IV

PENUTUP

Terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu seni menjual produk, sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual. Berbeda dengan penjualan yang hanya berfokus pada terjadinya transaksi penjualan barang atau jasa.¹

Ada beberapa ahli memberikan definisi tentang pemasaran yaitu:

- a. Menurut William J. Stanton, Pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.²
- b. Menurut *American Marketing Association* (AMA), adalah pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi dan distribusi dari ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional.³

¹ Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabet, 2012), h. 5.

² Danang Suryoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Cet.1, (Yogyakarta: CAPS, 2012), h. 221.

³ Pandji Anaraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997), h. 215.

Pemasaran (*marketing*) bagi bank merupakan hal yang sangat penting dalam memperkenalkan dan menjual sarana-sarana pengumpulan dana (*input*) dan penyaluran kredit. Walaupun pemasaran produk bank kompleks dan unik, manajer bank harus melakukannya dengan kiat-kiat yang jitu untuk mendorong SSU (*surplus spending unit*) dan DSU (*deficit spending unit*) menjadi nasabahnya. Kalau pemasaran berhasil menarik masyarakat SSU dan DSU menjadi nasabahnya, bank bersangkutan akan maju.⁴

Jadi sebagaimana pengertian pemasaran diatas, definisi pemasaran adalah usaha yang dilakukan untuk bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh konsumen yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran.

2. Konsep Pemasaran

Ada lima konsep pemasaran dimana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan. Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Konsep produksi

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini merupakan salah satu filsafah

⁴ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001), h. 144.

tertua yang menjadi penuntun para penjual dan merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.

b. Konsep Produk

Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menangani produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan produk. Konsep produk merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan, dan ciri-ciri yang terbaik.⁵

c. Konsep Penjualan

Konsep penjualan berpikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Dalam konsep ini menekankan pada kualitas, penampilan, dan ciri-ciri yang terbaik.

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci utama untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisiensi dari yang dilakukan pesaing.

Menurut Philip Kotler, konsep ini menekankan ke dalam beberapa pengertian dibawah ini:

⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*,(Jakarta: Rajawali Pers,2014), h. 198.

- a. Menemukan keinginan pelanggan dan penuhi keinginan tersebut.
- b. Membuat apa yang ada dapat jual daripada menjual apa yang anda jual.
- c. Mencintai pelanggan.
- d. Adalah yang menentukan.
- e. Berhenti memasarkan produk yang dapat anda buat dan mencoba membuat produk yang dapat anda jual.⁶

Dari kelima konsep pemasaran diatas peneliti melihat dari penelitian dilapangan bahwas konsep pemasaran sudah dilakukan oleh bank dalam menyediakan produk, penjual produk sampai bagaimana memasarkan produk yang sudah diciptakan agar calon nasabah atau nasabah minat dan bertahan untuk tetap menjadi nasabah bank tersebut.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya. Bauran pemasaran ini harus diatur sedemikian rupa sehingga dapat berfungsi sebagai senjata yang tepat dalam pertandingan di pasar melawan pesaing-pesaingnya.⁷

Strategi pemasaran berupaya untuk memberikan pelanggan nilai lebih dari persaingan sementara masih menghasilkan keuntungan bagi

⁶*Ibid.*,h. 199.

⁷ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*,.h. 163-164.

perusahaan. Strategi pemasaran dirumuskan dalam hal bauran pemasaran: yaitu, melibatkan menentukan fitur produk, harga, komunikasi, distribusi, dan layanan yang akan menyediakan pelanggan nilai yang lebih unggul.⁸

Dalam strategi pemasaran mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam persaingan dan strategi produk.⁹ Dalam strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi saling berhubungan dengan erat yaitu :

- 1) Pasar target atau sasaran yaitu suatu kelompok konsumen yang homogeny, yang merupakan “sasaran” perusahaan.
- 2) Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikomunikasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Kedua faktor ini berhubungan erat. Pasar sasaran merupakan suatu sasaran yang akan dituju. Sedangkan bauran pemasaran merupakan alat untuk menuju sasaran tersebut.¹⁰

Bauran pemasaran yaitu kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan *marketing* agar dicapai kombinasi maksimal dan pengusaha yang kreatif akan selalu menciptakan kombinasi yang terbaik dari elemen bauran pemasaran. Penggunaan bauran pemasaran dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan

⁸ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Alfabeta, 2017), h. 223.

⁹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*. h. 230.

¹⁰ *Ibid.*, h. 230-231

kebutuhan bank. *Khotler* menyebutkan konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P, yaitu :¹¹

a. *Product* (Produk)

Salah satu tugas utama dan tanggung jawab mereka yang berkecimpung di bidang manajemen pemasaran adalah memikirkan desain produk. Produk yang dibuat adalah produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

Tanpa koordinasi yang baik, apa yang diinginkan oleh konsumen sama sekali berbeda dengan yang dipahami oleh masing-masing bagian. Akibatnya produk yang dibuat tidak laku dipasaran. Jadi, apabila perusahaan ingin mendapatkan keberhasilan dalam memasarkan produk, konsentrasi harus diarahkan pada konsumen.¹²

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan variable yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. “Murah” atau “Mahal”nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya.

¹¹ Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 213

¹² *Ibids.*, h. 220.

Artinya, perusahaan perlu selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.¹³

c. *Place* (Distribusi)

Distribusi atau *place* adalah sekelompok/segolongan masyarakat yang dijadikan sasaran pemasaran produk jasa bank yang dapat diharapkan menjadi nasabah bank bersangkutan.¹⁴ Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan.

Disini penting sekali perantara dan pemeliharaan saluran distribusinya. Perantara ini adalah sangat penting karena dalam segala hal mereka berhubungan dengan konsumen. Dapat dibayangkan, betapa sulitnya pasaran produk jika tidak ada orang yang menjajakan, kios, supermarket dan sebagainya.¹⁵

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.

¹³ *Ibid.*, h. 221.

¹⁴ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan.*, h. 150.

¹⁵ Buchar Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabet, 2013), h. 202.

Bauran promosi (*promotion mix*) terdiri dari empat unsur utama yaitu pengiklanan, penjualan pribadi (*personal selling*), hubungan masyarakat, dan publisitas, pemasaran serta promosi langsung.¹⁶

- 1) **Pengiklanan** adalah bentuk presentasi dan promosi ide, barang, atau jasa secara nonpersonal oleh sponsor yang teridentifikasi. Bentuk pengiklanan misalnya, adalah brosur dan booklet; poster dan pumflet; billboard; bentuk audiovisual melalui media televisi, logo/symbol, dan lain sebagainya.
- 2) **Publisitas** adalah suatu program yang didesain untuk mempromosikan atau melindungi *image* perusahaan atau produk perusahaan secara individual. Misalnya melalui seminar, laporan tahunan, sponsor kegiatan, donator, dan lain sebagainya.
- 3) **Pemasaran langsung** adalah menggunakan surat, telepon, dan alat kontak nonpersonal lainnya untuk berkomunikasi atau mendapatkan respon dari pelanggan atau prospek tertentu. Bentuknya, antara lain melalui catalog, pos, telemarketing, elektronik, belanja melalui TV, dan lain sebagainya.
- 4) **Promosi penjualan** adalah insentif jangka pendek untuk mendorong mencoba atau membeli suatu produk. Bentuknya, antara lain adalah pemberian sampel, kupon, hadiah, demonstrasi, dan lain sebagainya.¹⁷

¹⁶ Pandji Anaroga, *Manajemen Bisnis*, h. 222.

¹⁷ *Ibid.*, h. 222-223.

Kombinasi mana yang akan digunakan, sangat tergantung pada keahlian tim marketing, dengan mempertimbangkan komoditi, pimpinan serta pengalaman masa lalu.¹⁸

B. Deposito

1. Pengertian Deposito

Deposito, menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 adalah *simpanan berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah penyimpan dan bank.*¹⁹ Deposito adalah simpanan yang memiliki jangka waktu yang ditetapkan diawal akad dan penarikannya tidak dapat dilakukan sewaktu-waktu harus sesuai dengan ketentuan diawal akad.

Deposito yang dikembangkan oleh perbankan syariah dan juga lembaga keuangan syariah adalah Deposito *Mudharabah*. Yang dimaksud dengan Deposito *Mudharabah* adalah secara bahasa yaitu berasal dari kata *dharbh*, artinya memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.²⁰

Produk penghimpun dana ini biasanya dipilih oleh nasabah yang memiliki kelebihan dana sehingga selain bertujuan untuk menyimpan dananya yang bertujuan pula untuk salah satu saranan berinvestasi.²¹

¹⁸ *Ibid.*, h. 206.

¹⁹ Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 79.

²⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 135

²¹ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 245.

Mekanisme Deposito *Mudharabah* :

- a. Bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul mal*);
- b. Pengelolaan dana oleh bank dapat dilakukan sesuai batasan-batasan yang ditetapkan oleh pemilik dana (*mudharabah muqayadah*) atau dilakukan tanpa batasan-batasan dari pemilik dana (*mudharabah mutalaqah*);
- c. Dalam *mudharabah muqayadah* harus dinyatakan secara jelas syarat-syarat dan batasan tertentu yang ditentukan oleh nasabah;
- d. Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati;
- e. Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai waktu yang disepakati;
- f. Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan, dan penutupan rekening;
- g. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.²²

²²Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah.*, h. 77.

C. Akad *Mudharabah*

1. Pengertian *Mudharabah*

Adalah akad kerja sama antara dua pihak, yaitu pihak pertama 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 kelalaian pengelola. Apabila kerugian diakibatkan kelalaian pengelola, pengelola bertanggung jawab mengatasinya.²³

Jadi *mudharabah* biasanya diaplikasikan di perbankan syariah pada produk tabungan biasa, tabungan berjangka (tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan tertentu seperti contoh tabungan haji, tabungan kurban dan sebagainya) termasuk deposito berjangka.

Dimana sudah tidak asing lagi dalam produk deposito perbankan syariah menggunakan akad *mudharabah* seperti pada BPSR MAU. Deposito *mudharabah* yaitu deposito yang akad antara pemilik dana sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dengan bank sebagai pengelola dana (*mudharib*) untuk mengelola dana yang digunakan untuk pembiayaan. Dan pihak pemilik dana akan memperoleh laba serta dibagi sesuai nisbah yang telah disepakati antara pihak pemilik dana dan bank.

²³ Mia Lasmi Wardiah, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 95.

2. Dasar Hukum *Mudharabah*

Mudharabah mempunyai dasar hukum atau landasan hukum dari Al-Quran. Antara lainnya yaitu Landasan dari al-Quran adalah sebagai berikut:

Firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah ayat 283:

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَفْنِ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنُ أَمْنَتَهُ ۗ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثَمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۗ ﴾

Artinya: “ jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Baqarah [2]: 283).²⁴

Ayat tersebut bisa dijadikan landasan hukum akad *mudharabah*. Karena dalam dunia perbankan syariah dimana dalam transaksi perbankan syariah termasuk akad *mudharabah*. Pihak bank harus bersifat transparan tidak ada yang disembunyikan dari pihak nasabah. Seperti halnya nasabah harus paham keuntungan yang didapat dan keuntungan pihak bank yang didapat dari bagi hasil dari akad *mudharabah*. Sesuai dengan ayat diatas siapa yang menyembunyikan dari persaksian maka

²⁴Departemen Agama RI, *Al-Qura'an dan Terjemah*, (Jakarta: Maghfirah Pustaka, 1987), h.

mereka termasuk berdosa hatinya. Karena semua kegiatan perbankan syariah harus sesuai dengan syariat Islam.

3. Rukun dan Syarat *Mudharabah*

Rukun yang dimiliki pada akad *mudharabah* ada lima rukun yaitu:

- a. Pemilik modal (*shahibul mal*);
- b. Pelaku usaha atau pengelola modal (*mudharib*);
- c. Modal (*ra'sul mal*);
- d. Pekerjaan pengelola modal (*al-'amal*);
- e. Keuntungan (*al-ribh*).

Mudharabah yang sah harus memenuhi syarat. Syarat yang melekat pada rukunnya.

Syarat-syarat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kedua belah pihak harus cakap bertindak atau cakap hukum;
2. Modal harus jelas jumlah dan nilainya;
3. Modal harus *cash* bukan piutang;
4. Modal harus diserahkan kepada pihak pengelola modal, bila modal tidak diserahkan maka akad *mudharabah* rusak;
5. Jumlah keuntungan harus jelas;
6. Perhitungan bagi hasil harus berdasarkan keuntungan yang didapat;
7. Tidak boleh menentukan jumlah tertentu untuk pembagian hasil.²⁵

²⁵ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Metro, Lampung: STAIN Jurai Siwo, 2014), h. 132-133.

4. Manfaat *Mudharabah*

- a. Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat;
- b. Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan/hasil usaha bank sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*;
- c. Pengambilan pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow*/ arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah;
- d. Bank akan lebih selektif dan hati-hati (*prudent*) mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan karena keuntungan yang konkret dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan;
- e. Prinsip bagi hasil dalam *al-mudharabah/al-musyarakah* ini berbeda dengan prinsip bunga tetap di mana bank akan menagih penerima pembiayaan (nasabah) satu jumlah bunga tetap berapa pun keuntungan yang dihasilkan nasabah, sekalipun merugi dan terjadi krisis ekonomi.²⁶

²⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah.*, h. 97-98.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah Bandar Lampung

PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung merupakan lembaga keuangan syariah yang bergerak dibidang profit. PT. BPR Mitra Agro Usaha Syariah awalnya berdiri beroperasi secara konvensional, kemudian berganti menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bandar Lampung.¹

1. Sejarah Berdirinya PT. BPR Mitra Agro Usaha Syariah Bandar Lampung.

PT. Bank Pengkreditan Rakyat Mitra Agro Usaha Syariah adalah lembaga keuangan perbankan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang melaksanakan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah Islam. Berawal dari keinginan para pendiri untuk turut serta dalam pengembangan ekonomi kerakyatan, pada tanggal 2 maret 2009 didirikanlah sebuah lembaga keuangan mikro bernama PT. BPR Mitra Agro Usaha yang menjalankan kegiatan usaha perbankan secara konvensional.

PT. BPR Mitra Agro Usaha didirikan atas persetujuan prinsip Bank Indonesia No. 11/115/DKBU tanggal 2 Maret 2009 dan memiliki pengesahan Badan Hukum Perseroan dari pemberi hukum dan Hak Asasi

¹www.bankmausyariah diunduh pada 27 Maret 2018

Manusia No. AHU-21384.AH.01.01 tahun 2009 tanggal 18 Mei 2009, pemberian izin usaha Gubernur Bank Indonesia No. 12/17 KEP.GBI/DPG/2010 tanggal 09 Maret 2010 dan mulai beroperasi tanggal 05 April 2010.²

PT. BPR Mitra Agro Usaha Syariah didasari oleh kehendak membantu dan memberdayakan potensi ekonomi pedesaan untuk mencapai pemerataan kemakmuran yang masih timpang selain itu juga demi terwujudnya suatu lembaga keuangan sebagai lembaga keuangan alternative yang dapat melayani kebutuhan masyarakat di bidang keuangan.

Pada tanggal 23 Juli 2013 Gubernur Bank Indonesia memberikan izin perubahan kegiatan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan No. 15/81/KEP.GBI/DPG 2013 dan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah mulai beroperasi dengan prinsip syariah pada tanggal 02 September 2013.

Berkaitan dengan hal yang telah diuraikan maka didirikanlah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Yang berlokasi di JL. Hayam Wuruk No. 95 Kampung Sawah Lama, Tanjung Karang Timur Bandar Lampung dan merupakan BPRS yang menerapkan sistem bagi hasil. Keberadaan PT. BPRS Mitra Agro Usaha memiliki prospek penyaluran dana kepada nasabah yang beroperasi dengan prinsip syariah.

²www.bankmausyariah diunduh pada 27 Maret 2018

Manfaat yang diperoleh saat ini adalah pelayanan kepada masyarakat, mengingat animo masyarakat terhadap perbankan syariah cukup tinggi dan arena penduduk di Kota Bandar Lampung mayoritas muslim, sehingga menjadi pasar yang potensial untuk mengembangkan semua kegiatan yang berbasis syariah, terutama BPRS.

Bagi masyarakat yang ingin meninggalkan sistem riba dan beralih ke sistem syariah BPRS dapat menjadi pilihan, karena dikelola dengan menganut prinsip keterbukaan dan keadilan yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Sehingga dengan adanya BPRS diharapkan memiliki andil yang cukup signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi mengingat di Kota Bandar Lampung belum ada BPRS berbasis syariah. Hal ini terbukti dengan banyaknya rekening yang melakukan transaksi baik simpanan maupun pembiayaan.³

2. Visi, Misi dan Motto PT. BPRS Mitra Agro Usaha

a. Visi

Menjadikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) terkemuka dengan layanan financial sesuai kebutuhan nasabah.

b. Misi

Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika serta pelayanan yang memuaskan.

³www.bankmausyariah diunduh pada 27 Maret 2018

c. Motto

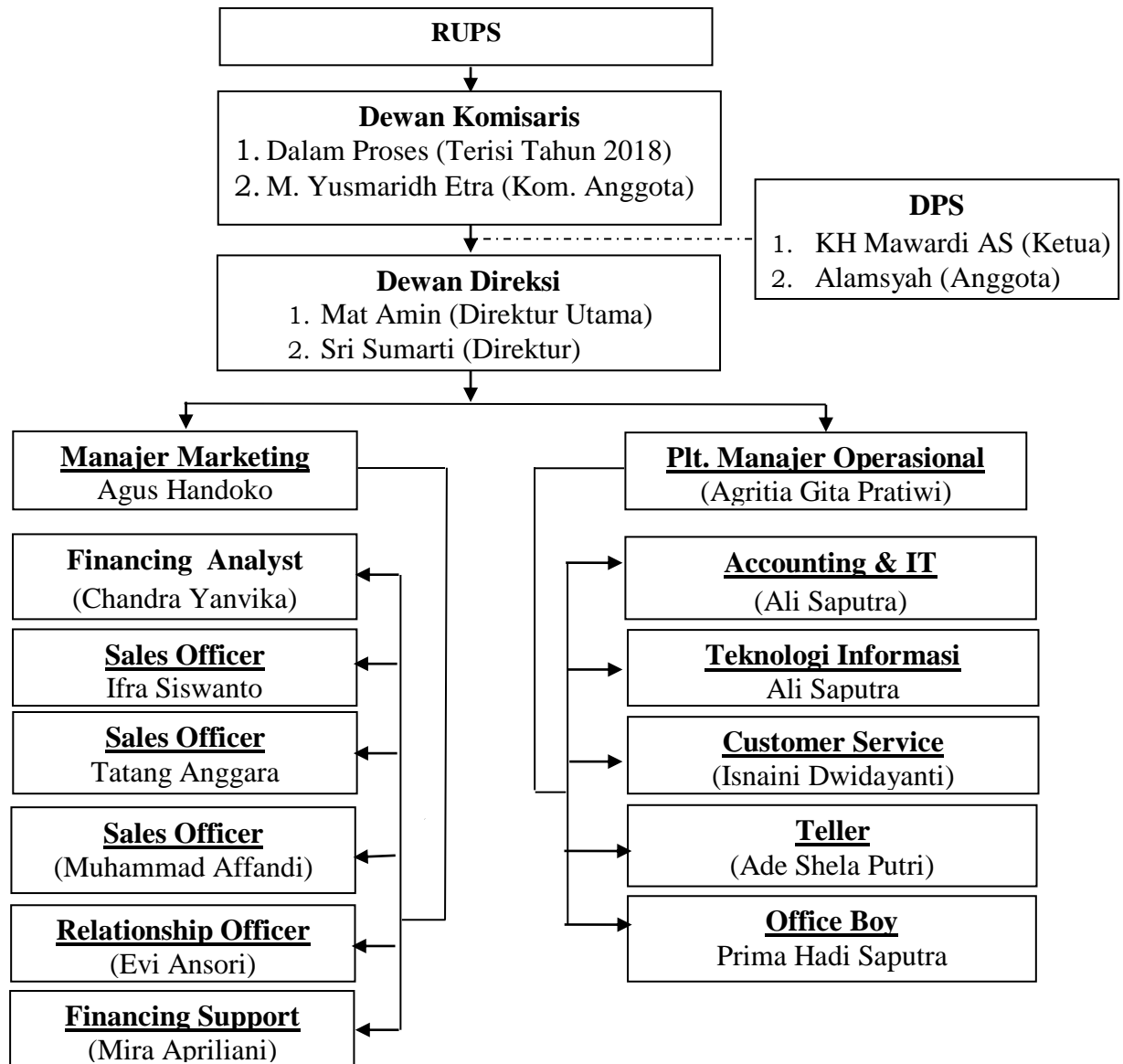
“Kejar Kuantitas Utamakan Kualitas”⁴

⁴www.bankmausyariah diunduh pada 27 Maret 2018

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung.⁵

STRUKTUR ORGANISASI

PT BPRS Mitra Agro Usaha Tahun 2017



Ket: —————> : Garis Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab

----- : Garis Koordinasi/Bimbingan/Pengawasan

⁵ Dokumentasi PT BPRS Mitra Agro Usaha dikutip pada tanggal 1 april 2018

Berdasarkan struktur organisasi diatas, dari dari bagian-bagian organisasi yang berperan penting dalam penelitian sebagai berikut .:

a. *Sales Officer*

Mempunyai fungsi dapat melakukan upaya mencari nasabah, mengadakan kunjungan prospek nasabah, baik nasabah pembiayaan maupun nasabah penghimpun dana sebanyak-banyaknya sesuai target yang ditetapkan dan bertanggung jawab terhadap pembinaan, pengawasan nasabah pembiayaan.

Tugas pokok yang dimiliki oleh *Sales Officer* sebagai berikut:

1. Mencapai target *sales* produk pembiayaan dan dana yang ditetapkan direksi/bank;
2. Melakukan proses pemasaran produk pembiayaan dan penghimpun dana kepada calon nasabah disekitar komunitas sesuai radius yang disetujui antara lain di pasar dan lingkungan pasar atau plasma;
3. Verifikasi awal calon nasabah dan memastikan kelengkapan persyaratan dokumen pembiayaan maupun dana;
4. Mendapatkan nasabah baru, nasabah *take over* dan nasabah *existing*.⁶
5. Membantu program aktivitas dan pemasaran serta rencana kerja lingkup marketing untuk periode tahun berikutnya.

⁶ Dokumentasi PT BPRS Mitra Agro Usaha dikutip pada 19 Juli 2018

b. Manajer Operasional

Memiliki fungsi sebagai aparat manajemen yang bertanggung jawab penuh operasional bank terutama bagian yang ada dibawahnya, memimpin, mengelola, mengawasi/mengendalikan, mengembangkan kegiatan dan mendayagunakan organisasi operasional secara efektif untuk merealisasi target bisnis marketing bank yang telah ditetapkan atau digariskan manajemen.

Tugas pokok yang dimiliki oleh Manajer Operasional sebagai berikut:

1. Membantu direksi dalam perencanaan penghimpunan dana dan pengelolaan dana masyarakat dan pihak lain yang dipercayakan kepada bank serta mengatur likuiditas bank;
2. Membuat dan menyusun program aktivitas rencana kerja dalam ruang lingkup urusan operasional untuk periode tahun berikutnya;
3. Mengkoordinir, mengarahkan, membina dan mengawas semua kegiatan operasional yang berada dibawahnya;
4. Mengkoordinir, membuat, penyampaian laporan eksternal ke Bank Indonesia atau instansi lain sesuai dengan ketentuan yang telah digariskan oleh manajemen dan peraturan-peraturan yang berlaku.

c. *Customer Service*

Mempunyai fungsi sebagai aparat dalam memberikan pelayanan informasi dan memasarkan produk-produk bank baik pembiayaan maupun penghimpun dana masyarakat.⁷

⁷ Dokumentasi PT BPRS Mitra Agro Usaha dikutip pada 19 Juli 2018

Tugas pokok yang dimiliki *Customer Service* sebagai berikut:

1. Memberi penjelasan kepada calon nasabah semua kondisi dan syarat-syarat yang diperlukan untuk pembukaan rekening tabungan/deposito dan permohonan pembiayaan
2. Meminta calon nasabah untuk mengisi, melengkapi dan menandatangani formulir aplikasi permohonan dan syarat-syarat lainnya;
3. Menyelenggarakan tata usaha nasabah tabungan, nasabah deposito, nasabah lainnya yang berhubungan dengan dana dan jasa-jasa bank lainnya;
4. Memberikan informasi serta melayani nasabah dalam urusan pembukuan, perhitungan bagi hasil, penambahan serta penutupan tabungan dan deposito untuk administrasi.⁸

B. Produk Deposito *Mudharabah* PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

1. Tabungan MAU Syariah iB:

- a. Tabungan MAU Syariah Ib berakad *wadiah*

Tabungan MAU Syariah iB berakad *wadiah* merupakan dana titipan nasabah yang dikelola secara amanah oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha. Berikut ini adalah keuntungan yang didapat saat menabung di PT. BPRS Mitra Agro Usaha:

⁸ Dokumentasi PT BPRS Mitra Agro Usaha dikutip pada 19 Juli 2018

- a) Aman, karena terjamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).
- b) Bebas, yaitu bebas biaya administrasi bulanan.
- c) Layanan, layanan yang diberikan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha adalah dengan jempot bola.
- d) Mendapatkan bonus setiap akhir bulan.

2. Tabungan MAU Syariah iB berakad *Mudharabah*

Tabungan MAU Syariah iB berakad *Mudharabah*, merupakan investasi dana berdasarkan akad mudharabah dimana PT. BPRS Mitra Agro Usaha bertindak sebagai (*Mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*Shahibul Mal*). Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha pembagian keuntungan ditanyakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.

- 1) Persyaratan menabung di PT.BPRS Mitra Agro Usaha:
 - a) Persyaratan perorangan:
 - (1)Fotokopi identitas yang masih berlaku.
 - (2)Mengisi fomulir aplikasi pembukaan rekening
 - (3)Setoran awal minimal Rp. 25.000,- (MAU Syariah iB) dan minimal Rp. 10.000,- (MAU Syariah iB cerdas).
 - b) Untuk perusahaan
 - (1)Fotokopi akta pendirian perusahaan/anggaran dasar, berikut anggaran dasar perubahannya.
 - (2)Fotokopi SIUP, SITU, TDP, dan NPWP.
 - (3)Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.

(4)Setoran awal minimal Rp. 50.000,-

3. Deposito MAU Syariah iB *Mudharabah*

Deposito MAU Syariah iB *Mudharabah* merupakan investasi dan berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah dan Bank MAU.

a. Keuntungan yang didapat adalah :

- 1) Aman, karena dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan.
- 2) Bagi hasil yang kompetitif.
- 3) Dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.
- 4) Perpanjangan jangka waktu dapat dilakukan secara otomatis dan nisbah bagi hasil dapat disesuaikan dengan kesepakatan saat perpanjangan.

b. Persyaratan Deposito MAU Syariah iB :

- 1) Fotokopi identitas diri yang masih berlaku.
- 2) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- 3) Setoran minimal Rp. 100.000,-⁹

C. Implementasi Pemasaran Deposito *Mudharabah* PT. BPRS Mitra Agro Usaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudara Ifra Siswanto salah satu seorang *Sales Officer* BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, Beliau memberikan penjelasan tentang implementasi pemasaran pada produk

⁹www.bankmausyariah.co.id diunduh pada tanggal 20 April 2018

Deposito *Mudharabah* yang diterapkan pada BPRS MAU Lampung menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan, segmentasi pasar dan sasaran yang dituju. Hal tersebut diimplementasikan dari empat hal yang dikenal dengan 4 (empat) P yaitu¹⁰: *product* (produk), *place* (tempat), *promotion* (promosi) dan *price* (harga).¹¹ Yang dijabarkan sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

Dimana produk deposito *mudharabah* ini merupakan produk yang memiliki keunggulan seperti bagi hasil yang diperoleh nasabah dapat langsung ditransfer ke rekening tabungan jika ingin dimasukkan pada tabungan nasabah atau untuk menambah jumlah nominal depositonya dan dari bagi hasil tersebut juga dapat digunakan untuk tanggungan pembiayaan jika nasabah mengambil produk pembiayaan.¹²

Pada produk deposito *mudharabah* ini sendiri juga memiliki kelebihan di mata nasabah yang sudah menjadi deposan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Darto nasabah deposito *mudharabah* BPRS MAU, menurut nasabah tersebut mengapa beliau menjadi nasabah deposito dikarenakan dia sudah percaya penuh dengan bank syariah

¹⁰ Wawancara dengan Ifra Siswanto selaku S.O (*Sales Officer*) BPRS MAU Syariah pada 27 Maret 2018

¹¹ Wawancara dengan Ifra Siswanto selaku S.O (*Sales Officer*) BPRS MAU Syariah pada 27 Maret 2018

¹² Wawancara dengan Isnaini Dwidayanti selaku C.S (*Customer Service*) BPRS MAU Syariah pada 27 Maret 2018

terutama BPRS MAU dikarenakan nasabah sudah mengetahui jika bank sudah dilindungi oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).¹³

Berdasarkan penelitian peneliti dilihat dari minat nasabah dalam produk deposito *mudharabah* masih banyak yang belum memahami dan belum banyak yang antusias untuk menjadi nasabah deposito. Mungkin dikarenakan kurangnya sosialisasi dari pihak bank sendiri dalam mengenalkan produk deposito ini di kalangan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yatmi dan Bapak Agus Susilo nasabah BPRS MAU yang belum menjadi nasabah deposan. Pihak bank belum secara agresif dalam mengenalkan kelebihan dan keunggulan yang dimiliki produk ini. Sehingga minat nasabah masih kurang dalam produk deposito *mudharabah* ini.¹⁴

2. *Price* (Harga)

Dalam menentukan harga jual BPRS MAU menerapkan berbagai strategi yaitu, penerapan harga lebih murah daripada bank lain. Karena menurut BPRS MAU melalui manajemen pusat bahwa persaingan perbankan khususnya perbankan syariah cukup tinggi dan merupakan suatu kecenderungan maka BPRS MAU menerapkan harga yang relative lebih murah.

Maka produk ini memperbolehkan semua kalangan untuk melakukan deposito. Sedangkan yang paling banyak disukai nasabah dalam hal harga

¹³Wawancara dengan Darto selaku Nasabah Deposito BPRS MAU Syariah pada 20 Juli 2018

¹⁴Wawancara dengan Yatmi dan Agus Susilo selaku Nasabah BPRS MAU Syariah pada 20 Juli 2018

nasabah pun tertarik dengan harga yang ditetapkan karena dengan nominal Rp. 1.000.000,- sudah dapat menjadi nasabah deposito *mudharabah*.

3. *Place* (Tempat)

Pemilihan dan penentuan lokasi sangat berpengaruh terhadap minat nasabah. Penentuan lokasi yang strategis dan terjangkau sudah menjadi pertimbangan strategis tempat oleh pihak PT BPRS Mitra Agro Usaha Lampung. Salah satu tempat yang dipilih oleh PT BPRS Mitra Agro Usaha Lampung yaitu di Jl. Hayam Wuruk No. 95 Sawah Lama, Tanjung Karang Timur, Bandar Lampung.¹⁵

Alasan didirikan pada lingkungan tersebut dikarenakan lokasi tersebut sangat berdekatan dengan lokasi pasar yaitu Pasar tugu yang dimana pada pasar tersebut banyak yang sudah menjadi nasabah lama dan dilingkungan pedagang-pedangan kecil maupun besar karena. Menurut peneliti BPRS MAU merupakan bank yang merupakan yang bertarget sasaran para usaha-usaha kecil maupun besar.

Nasabah pun tidak merasa kesulitan jika ingin datang ke bank karena masih dalam lingkungan pasar. Karena letak lokasi BPRS MAU tidak jauh dari sekitaran wilayah Bandar Lampung dan berdekatan dengan pasar yang dimana mayoritas nasabah bank tersebut merupakan pedagang-pedagang yang berjualan di pasar.

¹⁵ Wawancara dengan Agritia Gita selaku M.O (Manajer Oprasional) BPRS MAU Syariah pada 27 Maret 2018

Dalam strategi place dalam saluran distribusi ini BPRS MAU menggunakan sistem jemput bola yang mana pihak bank dengan rutin melakukan *open table* dipasar untuk mencari calon nasabah yang ingin melakukan menabung, menginvestasi dana ataupun melakukan pembiayaan.

Jadi BPRS MAU Syariah tidak hanya dikantor saja tetapi langsung ke target pasar dimana BPRS MAU Syariah open table di lima pasar diwilayah Bandar Lampung khususnya. Yaitu pasar tugu, pasar sukame, pasar gantung, pasar way halim, dan way dadi.¹⁶

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Saiful nasabah deposito *mudharabah* BPRS MAU mengenai sistem jemput bola yang diterapkan pada pihak BPRS MAU. Nasabah deposan pun setuju dengan adanya sistem jemput bola dikarenakan sistem jemput bola sangat membantu nasabah jika tidak ada waktu untuk mendatangi bank dalam urusan mengambil bagi hasil. Maka dari itu nasabah deposan sudah merasa nyaman menitipkan dananya ke pihak BPRS MAU.

4. *Promotion* (Promosi)

Dalam memperkenalkan dan memasarkan produk deposito *mudharabah* ini kepada masyarakat pada umumnya masyarakat Bandar Lampung khususnya Tanjungkarang Timur, BPRS MAU menggunakan beberapa saluran promosi baik secara langsung maupun tidak langsung.

¹⁶ Wawancara dengan Ifra Siswanto selaku S.O (*Sales Officer*) pada BPRS MAU Syariah pada 27 Maret 2018

Saluran promosi langsung digunakan antara lain dengan *personal selling* (penjualan pribadi).

Sedangkan melakukan promosi secara skala wilayah kota, BPRS MAU melalui promosi dengan beberapa hal seperti iklan media elektronik, serta adanya website BPRS MAU yaitu www.bprsmausyariah.com, yang memuat tentang seluk beluk BPRS MAU mulai dari produk, keunggulan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan BPRS MAU.¹⁷

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Suherman nasabah deposito *mudharabah*. Menurut nasabah beliau merasa terlayani dan merasa tidak diacuhkan sebagai nasabah karena berbeda dengan bank lainnya karena ada kelebihan dari BPRS MAU yaitu diluar dari kegiatan operasional bank yang dimana beliau merasa di perhatikan dan nyaman karena disaat nasabah berulang tahun.

Pihak bank memberikan kejutan ulang tahun dan mendatangi tempat tinggal deposan (deposan yang dananya mulai dari 50.000.000,- keatas). Jadi beliau pun ikut merasakan rasa kekeluargaan dari BPRS MAU walaupun beliau hanya seorang nasabah.¹⁸

Dalam strategi promosi yang dilakukan pada BPRS MAU dengan cara grebek pasar (sistem *door to door*, pihak bank mendatangi calon nasabah) sejak 2013 dilakukan, dan sebar brosur.¹⁹ Sebagai perbankan

¹⁷ Wawancara dengan Agritia Gita selaku M.O (Manajer Operasional) BPRS MAU pada 12 Februari 2018

¹⁸ Wawancara dengan Suherman selaku Nasabah Deposito BPRS MAU pada 20 Juli 2018

¹⁹ Wawancara dengan Ifra Siswanto selaku S.O (*Sales Officer*) BPRS MAU pada 27 Maret 2018

syariah yang belum lama didirikan, BPRS MAU membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yatmi dan Bapak Agus Susilo nasabah BPRS MAU yang belum menjadi nasabah deposan. Dalam memasarkan produk deposito *mudharabah* menurut nasabah cara memasarkan produk tersebut kurang adanya penjelasan yang lebih jelas. Dikarenakan dari kegiatan yang dilakukan seperti grebek pasar hanya sekedar membagikan brosur saja.²⁰

Berdasarkan hasil wawancara dan penelitian peneliti tersebut tentang implementasi pemasaran produk deposito *mudharabah* pada BPRS MAU yaitu sebagai berikut:

BAURAN PEMASARAN			
NO	4P	Teori	Lapangan
1	<i>Product</i>	Salah satu tugas utama dan tanggung jawab perusahaan adalah memikirkan desain produk. Produk yang dibuat adalah produk yang sesuai diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.	Berdasarkan penelitian masih banyak yang belum memahami tentang produk deposito <i>mudharabah</i> pada BPRS MAU, masyarakat masih banyak yang menginvestasikan dananya pada bank lain atau bank konvensional.

²⁰ Wawancara dengan Yatmi dan Agus Susilo selaku Nasabah BPRS MAU pada 20 Juli 2018

2	<i>Price</i>	Harga merupakan variable yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen.	Menurut nasabah harga yang ditentukan oleh pihak BPRS MAU sudah sangat relative murah dan tidak membebankan para konsumen
3	<i>Promotion</i>	kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.	Promosi yang dilakukan BPRS MAU Syariah dalam mengiklankan produk deposito <i>mudharabah</i> masih kurang adanya tingkat kekreatifan dalam memasarkan produk deposito. Seharusnya dipikirkan matang-matang bagaimana para calon nasabah bisa tertarik dan ingin mengetahui apa saja yang terdapat pada BPRS MAU seperti membuat ide-ide baru yang menarik

			tidak hanya lewat brosur saja mempromosikan produk. Dan seperti diadakannya sosialisasi atau seminar-seminar tentang deposito
4	<i>Place</i>	sekelompok/segolongan masyarakat yang dijadikan sasaran pemasaran produk jasa bank yang dapat diharapkan menjadi nasabah bank bersangkutan	Nasabah pun tidak merasa kesulitan jika ingin datang ke bank karena masih dalam lingkungan pasar. Karena letak lokasi BPRS MAU tidak jauh dari sekitaran wilayah Bandar Lampung dan berdekatan dengan pasar yang dimana mayoritas nasabah bank tersebut merupakan pedagang-pedagang yang berjualan di pasar.

Menurut peneliti dalam penelitian yang sebenarnya didalam pemasaran sebuah perbankan harus ada strategi yang dapat mengembangkan suatu

produk. Tetapi berdasarkan teori yang peneliti paparkan bahwasannya BPRS MAU masih belum memanfaatkan strategi pemasaran dengan maksimal. Seperti memasarkan produk dimana pihak bank yang tidak hanya menyebarkan brosur saja. Salah satunya pada bauran pemasaran yang dimana bauran pemasaran adalah suatu kunci sukses dalam strategi pemasaran.

Dikarenakan bauran pemasaran termasuk strategi pemasaran yang paling utama untuk melakukan pemasaran suatu produk. Tetapi yang dilakukan dari ke empat elemen bauran pemasaran tersebut kunci sukses bagi BPRS MAU adalah strategi pemasaran melalui penerapan harga dan *personal selling*. Sebaiknya perusahaan melakukan pembaharuan terhadap strategi-strategi yang ada atau menambah strategi-strategi baru, dan diharapkan dapat mencapai target yang diinginkan oleh BPRS MAU Bandar Lampung.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan tentang implementasi pemasaran produk Deposito *Mudharabah* yang telah dilakukan oleh peneliti di PT BPRS Mitra Agro Usaha Lampung implementasi pemasaran yang diterapkan pada BPRS MAU menggunakan bauran pemasaran yaitu 4P.

Pada 4P yang digunakan *product*(produk), *price* (harga.), *promotion* (promosi) dan *place* (tempat) dari ke empat bauran pemasaran tersebut sudah digunakan sangat baik hanya saja belum semua efektif. Dan pada bagian yang masih kurang efektif adalah bagian *promotion*, perlu diperbaiki kembali.

Karena hal yang paling penting dalam pemasaran yaitu *personal selling* dari pegawai bank, satpam agar dapat terlihat akrab dengan nasabah dan nasabah merasa dilayani dengan baik dan maksimal. Keaktifan pengelola dalam memasarkan produk deposito *mudharabah* khususnya ataupun produk-produk lainnya.

Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk deposito *mudharabah* yaitu diawali dengan operasionalnya adalah melakukan pendekatan “door to door” lebih efektif lagi lebih ditingkatkan lagi dalam penjelasan mengenai konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur operasional BPRS MAU Bandar Lampung.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian produk Deposito *Mudharabah* di PT BPRS Mitra Agro Usaha Lampung, maka peneliti memberikan beberapa saran antara lain:

1. Harus meningkatkan kualitas promosi produk Deposito *Mudharabah* seperti halnya membuat media cetak spanduk, brosur lebih menarik iklandi media elektronik seperti youtube, twitter, facebook dan televisi maupun radio. Agar masyarakat lebih tau akan adanya produk Deposito *Mudharabah* di PT BPRS Mitra Agro Usaha Lampung.
2. Sebaiknya perusahaan melakukan pembaharuan terhadap strategi-strategi yang ada atau menambah strategi-strategi baru, dan diharapkan dapat mencapai target yang diinginkan oleh BPRS MAU Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri Seomitra, 2010, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, Ed.1, Cet.2
- Beni Ahmad Saebani, 2008, *Metodologi Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia,
- Buchar Alma, 2013, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabet
- Burhan Bungin, 2013, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana
- Danang Suryoto, 2012, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Cet.1, Yogyakarta: CAPS
- Departemen Agama RI, 1987, *Al-Qura'an dan Terjemah*, Jakarta: Maghfirah Pustaka
- Harman Malau, 2017, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Alfabeta
- Husein Umar, 2009, *Metodologi Penelitian untuk Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers
- Indriyo Gitosudarsono, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Ed.2, Cet.2, Yogyakarta: BPFE
- Imam Mustofa, 2014, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Metro, Lampung: STAIN Jurai Siwo
- Ismail, 2010, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Pranadamedia Group
- Ismail, 2010, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Kencana
- Juliansyah Noor, 2011, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Prenada Media Group
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 2015, Ed. Revisi, Cet.3 , Jakarta: Rajawali Pers
- Lexy J. Moleong, 2014, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Malayu S.P. Hasibuan, 2001, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Mia Lasmi Wardiah, 2013, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Bandung: Pustaka Setia

Muhammad Syafi'i Antonio, 2001 , *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani

Nur Rianto, 2012, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabet

Pandji Anaraga, 1997, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT Rineka Cipta

Suharsimi Arikunto, 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta

Sulaeman Jajuli, 2015, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, Ed. 1, Cet. 1, Yogyakarta: Depublish

Suliyanto, 2009, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: CV Andi Offset

Sutrisno Hadi, 1984, *Metodologi Reasearch*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada

W. Gulo, 2002, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Gramedia

Zainuddin Ali, 2008, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika

www.bankmausyariah diunduh pada 27 Maret 2018

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH

PADA BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG

TAHUN 2018

A. Wawancara dengan Agritia Gita selaku Manajer Operasional BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

1. Apakah mengalami peningkatan atau penurunan tiap tahunnya pada jumlah nasabah deposito *mudharabah*?
2. Apa saja yang mempengaruhi persentase jumlah nasabah Deposito *Mudharabah*? Jelaskan.
3. Bagaimana prosedur pemasaran produk deposito *mudharabah* pada BPRS MAU?

B. Wawancara dengan Ifra Siswanto selaku *Sales Officer* BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung

1. Bagaimana BPRS MAU Syariah dalam memasarkan produk Deposito *Mudharabah*?
2. Apayang anda ketahui tentang pemasaran menurut teori dan dilapangan?
3. Apakah pemasaran di BPRS MAU Syariah sudah cukup dalam memenuhi target?
4. Mengapa nasabah Tabungan *Wadiah* lebih banyak dibandingkan dengan Deposito *Mudharabah*?

5. Teori Apa yang digunakan BPRS MAU dalam memasarkan produk Deposito *Mudharabah*?
 6. Sudah berapa lama kegiatan grebek pasar digunakan pada BPRS MAU?
 7. Pada kegiatan grebek pasar yang diadakan setiap bulan, adakah peningkatan atau penurunan jumlah nasabah?
 8. Sudah berapa lama sistem jemput bola digunakan pada BPRS MAU?
- C. Wawancara dengan Isnaini Dwidayanti selaku *Customer Service* BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung
1. Apa yang menjadi kelebihan dari produk Deposito *Mudharabah* BPRS MAU?
 2. Berapakah jangka waktu yang ditetapkan pada produk deposito *mudharabah*?
 3. Apakah pada sistem jemput bola yang digunakan BPRS MAU mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah?
- D. Wawancara dengan nasabah BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung
1. Menurut anda bagaimana BPRS MAU dalam memasarkan produk Deposito *Mudharabah*?
 2. Apakah anda merasa terlayani dengan fasilitas yang diberikan BPRS MAU pada Deposito *Mudharabah*?
 3. Mengapa anda memilih produk Deposito *Mudharabah* pada BPRS MAU?
 4. Apa saja menurut anda kelebihan dan kekurangan dari produk deposito *mudharabah*?

5. Bagaimana pendapat anda tentang brosur yang dibagikan oleh BPRS MAU?
6. Menurut anda bagaimana seharusnya BPRS MAU dalam memasarkan produk deposito *mudharabah* guna menarik minat nasabah?
7. Faktor apa saja yang mempengaruhi anda untuk menjadi nasabah deposito *mudharabah* pada BPRS MAU?
8. Mengapa anda tidak ingin menjadi nasabah deposito *mudharabah* pada BPRS MAU?

E. Dokumentasi

1. Sejarah, visi dan misi
2. Struktur organisasi
3. Lokasi dan dokumentasi BPRS MAU Bandar Lampung

Mengetahui,

Pembimbing Tugas Akhir



Dliyaul Haq, M.E.I
NIP: 198101212015031002

Mahasiswa Ybs,



Suharni Oktavia
NPM: 1502080104





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

**JUDUL :IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH PADA
PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : Suharni Oktavia NPM : 1502080104
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	11/07 /2018		Bimbingan outline & apd • Revisi apd = tambahkan pertanyaan kepd M.o. S.o dan narabah • Dirapihkan penulisan	
2	13/07 /2018		→ Revisi outline "landasan hukum" diganti dy "Dasar hukum" saja	

Mengetahui,

Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,



Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198101212015031002



Suharni Oktavia
NPM. 1502080104





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

JUDUL :IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH PADA
PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG

Nama Mahasiswa : Suharni Oktavia NPM : 1502080104
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	20/07 2018		07 ACC outline & Apd.	
2.	25/07 2018		07 Bimbingan bab 1. 07 diperbaiki penulisan, banyak typo 07 footnote diperbaiki lagi.	

Mengetahui,

Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,



Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198101212015031002



Suharni Oktavia
NPM. 1502080104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

**JUDUL :IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH PADA
PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : Suharni Oktavia NPM : 1502080104
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	27/07/2018		Revisi Bab I : Tanyakan lagi tentang berapa kenalkan nasabah deposito, kenapa & bagaimana?!	
2.	01/08/2018		Teknik pengumpulan data tambah macam ² wawancara & Teknik sampling 07 Sumber data tambahkan supaya yg berperan dlm penelitian.	

Mengetahui,

Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198101212015031002

Suharni Oktavia
NPM. 1502080104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

**JUDUL :IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH PADA
PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : Suharni Oktavia NPM : 1502080104
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	03/08 /2018		→ Metale penelitian ,penulisan diperbaiki lagi , Latar belakang tambah definisi pemasaran & Bauran pemasaran secara singkat.	
2	10/08 /2018		→ ACC Bab I	

Mengetahui,

Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198101212015031002

Suharni Oktavia
NPM. 1502080104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

**JUDUL :IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH PADA
PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : Suharni Oktavia NPM : 1502080104
Fakultas/Jurusan : Ekonomi& Bisnis Islam/D3 PBS TahunAkademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	16/08 2018		• bimbingan bab 11 = setiap teori tambahkan penalaran sendiri → ayat dasar hukum mudharabah diubah dgn QS an-nisa 29 atau al-bayarah 283	
2.	28/08 2018		• Tambahkan teori pemasaran menurut Islam • penulisan diperhalakan kembali	

Mengetahui,

Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198101212015031002

Suharni Oktavia
NPM. 1502080104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

JUDUL : IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH
PADA PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG

Nama Mahasiswa : Suharni Oktavia NPM : 1502080104
Fakultas/Jurusan : Ekonomi & Bisnis Islam/D3 PBS Tahun Akademik : 2018

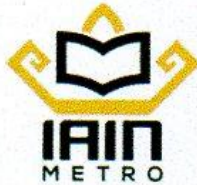
No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	31/08 /2018		Acc Bab II	
2.	4/09 /2018		Bimbingan Bab III → analisa lebih dimatangkan → Dari struktur organisasi bagian yg berperan penting dalam penelitian (jelaskan).	

Mengetahui,
Pembimbing,

Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198101212015031002

Mahasiswa Ybs,

Suharni Oktavia
NPM. 1502080104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

JUDUL : IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH
PADA PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG

Nama Mahasiswa : Suharni Oktavia NPM : 1502080104
Fakultas/Jurusan : Ekonomi & Bisnis Islam/D3 PBS Tahun Akademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	5/09 /2018		→ Revisi bab III → Tambahan strategi pemasaran yg digunakan & dibuat tabel yg perbedaan Teori & Lapangan	
2.	7/09 /2018		→ Revisi bab III → masukkan pendapatmu sesuai dgn keadaan yg ada di lapangan.	

Mengetahui,
Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198101212015031002

Suharni Oktavia
NPM. 1502080104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

JUDUL : IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH
PADA PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG

Nama Mahasiswa : Suharni Oktavia NPM : 1502080104
Fakultas/Jurusan : Ekonomi & Bisnis Islam/D3 PBS Tahun Akademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	12/9 /2018		→ ACC Bab iii + Bimbingan bab iv : lebih disimpulkan 44 ada dilapangan	
2.	14/09 /2018		→ teori strategi pemasaran dimana yg ada dilapangan secara singkat. → Suran harus sesuai dgn kesimpulan	

Mengetahui,
Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198101212015031002

Suharni Oktavia
NPM. 1502080104





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
IAIN METRO

JUDUL : IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH
PADA PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG

Nama Mahasiswa : Suharni Oktavia NPM : 1502080104
Fakultas/Jurusan : Ekonomi & Bisnis Islam/D3 PBS Tahun Akademik : 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	19/09 2018		Acc Bab IV	
2	20/09 2018		Dilanjutkan ke sidang Munasosah	

Mengetahui,
Pembimbing,



Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198101212015031002

Mahasiswa Ybs,



Suharni Oktavia
NPM. 1502080104

No. rekening :		
Nama :		
Alamat :	Nama :	Nama :
Telepon :	Nama :	Nama :
Contoh Stempel Perusahaan :	Ketentuan Tanda Tangan <input type="checkbox"/> Salah satu diantaranya <input type="checkbox"/> Dua bersama-sama <input type="checkbox"/> Dua antara tiga <input type="checkbox"/> Bertiga bersama-sama	

DIISI OLEH BANK

Tanggal Pembukaan Rekening :	Diperiksa oleh :	Disetujui Oleh :
Jenis Rekening : Tabungan / Deposito		
Tanggal Mulai Berlaku :	Nama :	Nama :

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

<p>Mohon dibukakan deposito mudharabah atas setoran kami <i>Please accept our depoist</i></p> <p>Nama/Name :</p> <p>No KTP/SIM/Paspor :</p> <p>Alamat/Address :</p> <p>.....</p> <p>No. NPWP : <input type="text"/></p>			<p>NIN / CIF :</p> <p>No. Rekening :</p> <p>Nominal :</p> <p>Terbilang :</p> <p>.....</p> <p>Rekening di BPRS Mitra Agro usaha sebelumnya No. :</p>
<p>Jenis Badan Hukum</p> <p><input type="checkbox"/> PT <input type="checkbox"/> Firma <input type="checkbox"/> Koperasi</p> <p><input type="checkbox"/> CV <input type="checkbox"/> Yayasan <input type="checkbox"/> Badan / Lembaga</p> <p><input type="checkbox"/> NV <input type="checkbox"/> Prsh. Negara <input type="checkbox"/> Lainnya,</p> <p><input type="checkbox"/> Perorangan <input type="checkbox"/> Prsh. Daerah</p>			<p><u>Dengan</u> <u>By</u></p> <p><input type="checkbox"/> Setoran Tunai/Cash Deposit</p> <p><input type="checkbox"/> Setoran Cek/Check Deposit</p> <p><input type="checkbox"/> Setoran Cek Kliring/Clearing Check Deposit</p> <p><input type="checkbox"/> Debit Rek Kami No/Debit Our Acc. No. :</p> <p><input type="checkbox"/> Lain-lainnya/Others :</p>
<p>Jangka Waktu : <input type="checkbox"/> Bulan Nisbah Nasabah : % <i>Period</i> <i>Month</i> Nisbah Bank : %</p>			<p><u>Pada saat jatuh tempo akan</u> <u>At Maturity principal will be</u></p> <p><input type="checkbox"/> Diambil tunai/Paid in cash</p> <p><input type="checkbox"/> Kredit ke/Credited to</p> <p> <input type="radio"/> Bank</p> <p> <input type="radio"/> No Rek./Acc. No.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> Automatic Roll Over (ARO)</p> <p><input type="checkbox"/> ARO (pokok+bagi hasil)</p> <p><input type="checkbox"/> Non ARO</p>
<p><u>Bagi hasil tiap bulan akan</u> <u>Month profits share will be</u></p> <p><input type="checkbox"/> Dipotong Zakat : %</p> <p><input type="checkbox"/> Diambil tunai/Paid in cash</p> <p><input type="checkbox"/> Kredit ke/Credited to</p> <p> <input type="radio"/> Bank</p> <p> <input type="radio"/> No Rek. / Acc. No.</p> <p><input type="checkbox"/></p>			<p>Deposito Mudharabah BPRS Mitra Agro Usaha ini tunduk pada syarat-syarat dan kondisi yang tertera di balik halaman ini, di mana kami telah membaca dan memahami dan akan mengikat kami selaku nasabah.</p> <p><i>This Deposit Mudharabah of BPRS Mitra Agro Usaha is subject to terms and conditions endorsed on the back here which I have read and understood and which shall be binding on me as Depositor.</i></p> <p>Bandar Lampung, 20.....</p> <p>Tanda tangan penyetor <i>Depositor's signatur</i></p>
<p><u>Disetujui</u> <i>Approved</i></p>	<p><u>Diperiksa</u> <i>Checked</i></p>	<p><u>Dibuat</u> <i>Prepared</i></p>	

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Kami yang bertanda tangan di bawah ini :

I. Nama :
No. KTP/SIM/Paspor *) :
Alamat :

Selanjutnya disebut **Pemilik Dana / Shahibul Maal**

II. Nama :
Jabatan :
Alamat : PT. BPRS Mitra Agro Usaha
Jl. Hayam Wuruk No.95 Sawah Lama,
Tanjung Karang Timur Bandar Lampung

Selanjutnya disebut **Pengelola Dana / Mudharib**

Pemilik Dana/Shahibul Maal dan Pengelola Dana/Mudharib berjanji akan berbagi hasil atas Dana Shahibul Maal yang dikelola dalam bentuk Deposito Mudharabah Nomor Rekening : Nominal Rp. (.....)

Adapun Nisbah bagi hasil yang disepakati/disetujui adalah sebesar % (..... per seratus) untuk Pemilik Dana/Shahibul Maal dan % (..... per seratus) untuk Pengelola Dana/Mudharib. Nisbah bagi hasil ini berlaku sampai dengan berakhirnya perjanjian ini.

Pemilik Dana/Shahibul Maal dengan ini menyetujui/tidak menyetujui*) pembayaran zakat atas nisbah yang diterima sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Perjanjian mengikat dan merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dengan syarat-syarat dan ketentuan umum.

Demikian perjanjian ini kami buat dengan sebenar-benarnya atas dasar keikhlasan dan musyawarah/mufakat sehingga tidak dapat diubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu dari Pihak Pengelola Dana/Mudharib.

Pengelola Dana / Mudharib

Bandar Lampung, 20.....
Pemilik Dana / Shahibul Maal

*)coret yang tidak perlu

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SYARAT DAN KETENTUAN UMUM DEPOSITO MUDHARABAH

1. Deposito dibuka atas nama dan tidak dapat dipindahtangankan.
2. Dalam hal Deposito dibukukan atas 2 (dua) orang, maka :
 - a. Apabila salah satu pihak meninggal dunia, pemilik yang tinggal berhak menarik jumlah Deposito tersebut yang tertera dalam bilyet Deposito pada tanggal jatuh tempo, hanya setelah mendapat persetujuan tertulis dari ahli waris yang sah dengan menunjukkan Surat Penetapan Ahli Waris atau Keterangan Ahli Waris sesuai dengan ketentuan hukum/ketetapan Pengadilan yang berlaku.
 - b. Apabila salah satu pihak melarang pembayaran jumlah tersebut kepada pihak lainnya, maka Bank tidak akan membayar jumlah tersebut kecuali bilamana pihak yang bersangkutan telah menyelesaikan perkaranya.
3. Jika pemilik dana/shahibul maal meninggal dunia, uang Deposito akan dibayarkan kepada ahli warisnya yang sah sesuai dengan ketentuan hukum/ketetapan Pengadilan yang berlaku pada saat jatuh tempo.
4. Kecuali diperjanjikan lain, maka bagi hasil atas jumlah yang didepositokan akan berhenti setelah tanggal jatuh tempo. Dana seluruhnya akan disimpan dalam rekening titipan. Setelah instruksi untuk memperbaharui Deposito hanya dapat dilakukan setelah pengelola dana/mudharib mendapat permintaan secara tertulis dari pemilik dana/shahibul maal dan akan tunduk pada syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang berlaku pada tanggal perpanjangan.
5. Jika Deposito dibuka dengan kondisi Automatic Roll Over (ARO), maka nisbah bagi hasil untuk Deposito perpanjangan berikutnya tunduk kepada ketentuan yang berlaku pada saat perpanjangan.
6. Perubahan nama, alamat, tanda tangan dan hal-hal lain yang menyimpang dan keterangan-keterangan yang pernah diberikan, dengan segera harus diberitahukan secara tertulis kepada pengelola dana/mudharib.
7. Pemilik dana/shahibul maal bertanggung jawab penuh atas segala penyalahgunaan bilyet Deposito ini.
8. Atas bagi hasil yang diterima, pemilik dana/shahibul maal dikenakan pajak berdasarkan ketentuan yang berlaku.
9. Deposito tidak dapat dicairkan sebelum jatuh tempo. Apabila dicairkan, maka bagi hasil yang telah diperhitungkan menjadi milik pengelola dana/mudharib.
10. Dalam keadaan memaksa karena adanya Peraturan Pemerintah, Pengelola dana/mudharib dengan memberitahukan terlebih dahulu baik secara lisan maupun tulisan kepada pemilik dana/shahibul maal berhak mengadakan perubahan terhadap ketentuan-ketentuan di atas.

Bandar Lampung, 20.....

NASABAH

A. Brosur BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung

PEMBIAYAAN

A. PEGAWAI
Menerima pembiayaan yang dapat dimanfaatkan oleh unit-unit seperti: PNS, Pegawai BUMN/BUMD dan Pegawai swasta


PERSYARATAN

- Memiliki surat keterangan pembiayaan
- Fotokopi identitas (KTP dan CC) yang masih berlaku
- Nomer rekening BNI atau BCA 100% dan aktif. Tahunan dan bulan
- Menerima gaji pada hari Selasa
- Fotokopi Rekening Gaji
- Fotokopi Kartu Keluarga
- Fotokopi Surat Nikah
- Fotokopi KTP dan SIMPUS
- Fotokopi KEMPR (Khusus untuk Pembiayaan di Atas Rp. 50 juta)
- Memiliki Jamahan Karangan
- Asli BPRK (Makor / Mabah)
- Asli surat Nikah / Mabah

B. MODAL KERJA
Menerima pembiayaan yang dibelanjakan kepada masyarakat umum yang memiliki usaha.

PERSYARATAN

- Memiliki formulir pengajuan modal kerja
- Fotokopi identitas (KTP dan CC) yang masih berlaku
- Fotokopi Rekening Gaji 2 bulan terakhir
- Fotokopi Kartu Keluarga
- Fotokopi Surat Nikah
- Asli BPRK (Makor / Mabah)
- Asli surat Nikah / Mabah



MITRA USAHA TERPERCAYA




VISI & MISI

Visi
Menjadi BPRS terkemuka dengan layanan finansial yang berkualitas

Misi
Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika serta pelayanan yang terbaik

PT. BPRS MITRA AGRO USAHA

Jl. Hutan Wukir No. 85 Sawah Lela, Tanjung Karang Timur
Bandar Lampung 35125, Indonesia
Telp. +62 71 258474, Fax. +62 71 258734
www.mau-syariah.com

KEJAR KUANTITAS UTAMAKAN KUALITAS

PEMBIAYAAN

A. PEGAWAI
Menerima pembiayaan yang dapat dimanfaatkan oleh unit-unit seperti: PNS, Pegawai BUMN/BUMD dan Pegawai swasta

PERSYARATAN

- Memiliki surat keterangan pembiayaan
- Fotokopi identitas (KTP dan CC) yang masih berlaku
- Nomer rekening BNI atau BCA 100% dan aktif. Tahunan dan bulan
- Menerima gaji pada hari Selasa
- Fotokopi Rekening Gaji
- Fotokopi Kartu Keluarga
- Fotokopi Surat Nikah
- Fotokopi KTP dan SIMPUS
- Fotokopi KEMPR (Khusus untuk Pembiayaan di Atas Rp. 50 juta)
- Memiliki Jamahan Karangan
- Asli BPRK (Makor / Mabah)
- Asli surat Nikah / Mabah

B. MODAL KERJA
Menerima pembiayaan yang dibelanjakan kepada masyarakat umum yang memiliki usaha.

PERSYARATAN

- Memiliki formulir pengajuan modal kerja
- Fotokopi identitas (KTP dan CC) yang masih berlaku
- Fotokopi Rekening Gaji 2 bulan terakhir
- Fotokopi Kartu Keluarga
- Fotokopi Surat Nikah
- Asli BPRK (Makor / Mabah)
- Asli surat Nikah / Mabah

PRODUK BANK MAU SYARIAH

A. TABUNGAN MAU SYARIAH
Tabungan MAU Syariah adalah bentuk tabung dan merupakan bentuk tabung syariah yang dikelola secara amanah oleh Bank MAU Syariah.

KEUNTUNGAN

- Aman karena dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
- Bebas biaya administrasi bulanan
- Layanan dengan prompt bola
- Mendapatkan bonus setiap akhir bulan

PERSYARATAN

PERKAWAN

- Tidak ada biaya dan biaya awal
- Mengikuti ketentuan pembukaan rekening
- Minimal awal minimal Rp 25.000,- (MAU Syariah BI) dan minimal Rp. 10.000,- (MAU Syariah B Cerdas)
- Setoran berkala minimal Rp. 10.000,- (MAU Syariah BI) dan minimal Rp. 5.000,- (MAU Syariah B Cerdas)

PERUSAHAAN

- Fotokopi Akta Pendirian Perusahaan/Agunan Dasar berkedah 40% pertanggungjawaban
- Fotokopi NPWP (TDP) dan NPWP
- Mengikuti ketentuan aplikasi bentuk perusahaan
- Setoran awal minimal Rp 500.000,-

B. TABUNGAN MUDHARABAH
Tabungan Mudharabah merupakan investasi dan berdasar akad mudharabah.

C. DEPOSITO MUDHARABAH
Deposit Mudharabah merupakan investasi dan berdasar akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang memisahkan antara modal dan keuntungan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah dan Bank MAU Syariah.

KEUNTUNGAN

- Aman karena dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
- Bagi Hasil yang kompetitif
- Dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan
- Pencairan jangka waktu dapat dilakukan secara otomatis dan tidak bagi hasil dapat dilakukan dengan kesepakatan saat pencairan.

PERSYARATAN

- Tidak dipotong biaya biaya bulanan
- Mengikuti ketentuan aplikasi pembukaan rekening
- Setoran minimal Rp 2.000.000,-

CONTOH PERHITUNGAN DI FOKTO
Deposito Pak Ruffy Rp 2.000.000,- jangka waktu 12 bulan, dibandingkan Rp. 100 juta (tidak di) bagian untuk Syariah dan 40 bagian untuk Bank, jumlah seluruh Deposito di Bank Rp 1.000.000.000,- dan pendapatan Bank yang dibagi Syariah untuk Desember Rp 25.000.000,- Maka Bagi Hasil Deposito Pak Ruffy berubah adalah:

Rp 1.000.000,- x Rp 25.000.000 x 40% = Rp 10.000.000,-
Rp 1.000.000.000,-

VISI & MISI

Visi
Menjadi BPRS terkemuka dengan layanan finansial yang berkualitas

Misi
Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika serta pelayanan yang terbaik

TABEL DISTRIBUSI BAGI HASIL BPRS MITRA AGRO USAHA

Jenis Pembiayaan	Kategori	Salah satu Periode	Salah satu Periode
Tabungan Wadiah	Bonus Bagi Hasil	10	70
		30	70
Tabungan Mudharabah Antar Bank	Bagi Hasil	10	70
		30	65
		40	60
		45	55
Deposit Mudharabah	Bagi Hasil	10	70
		30	65
		40	60
		45	55

Perbedaan antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Investasi dan Penghambaan Bank yang yang halal dan ➤ Berdasarkan prinsip-prinsip Islam, jual beli dan sewa ➤ Berorientasi pada untung dan rugi ➤ Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan/kekeluargaan ➤ Sewa dengan Fikah dan Syariah Nasional (Non-Operasional) dan Dewan Pengawas Syariah (Operasional) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Investasi yang halal dan haram ➤ Memulai berutang bunga ➤ Berorientasi pada untung rugi ➤ Hubungan dengan nasabah adalah hubungan Debitur-Kreditur ➤ Tidak terdapat dewan syariah

Menyapa Bank Syariah Lebih Baik?

Hukum Al-Qur'an:

الَّذِينَ يَأْتُونَكَ بِالنِّسَاءِ فَإِنْ لَمْ يَأْتُواكَ بِتِلْكَ فَسَاءَ مَا رَزَقْنَاهُمْ وَإِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ
 الَّذِينَ يَأْتُونَكَ بِالنِّسَاءِ فَإِنْ لَمْ يَأْتُواكَ بِتِلْكَ فَسَاءَ مَا رَزَقْنَاهُمْ وَإِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ
 الَّذِينَ يَأْتُونَكَ بِالنِّسَاءِ فَإِنْ لَمْ يَأْتُواكَ بِتِلْكَ فَسَاءَ مَا رَزَقْنَاهُمْ وَإِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ

QS. 2: 271 Orang-orang yang makan (mengandung) riba tidak dapat menjadi muslim seperti sebelumnya hingga mereka memutuskan spekulasi (transaksi) periswasta. Kemudian mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan Allah, Tahannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah sebelumnya adalah (sebagai) bagian (dari) (laguannya). Dan sesungguhnya (keserahan) kepada Allah, orang yang kembali (mengambil) riba, maka orang itu adalah penghun-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Suharni Oktavia lahir di Metro kecamatan Metro Pusat pada tanggal 10 Oktober 1996, dari pasangan Bapak Miftakhudin dan Ibu Sugiarti. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara.

Peneliti menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 01 Metro Pusat pada tahun 2004 dan lulus pada Tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Kartikatama Metro dan Lulus pada Tahun 2012. Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 6 Metro Jurusan IPA dan Lulus pada Tahun 2015, kemudian penulis melanjutkan pendidikan pada tahun 2015 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Metro pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan D-III Perbankan Syariah hingga sekarang.