

TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN FAEDAH
BRI SYARIAH KCP BANDAR JAYA**

Oleh:

**LUTFI INDAH NURMALASARI
NPM. 14123008**



Program : D-III Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO
1438 H/2017 M**

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN FAEDAH
BRI SYARIAH KCP BANDAR JAYA

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Ahlimadya (Amd)

Oleh:

LUTFI INDAH NURMALASARI

NPM. 14123008

Pembimbing : Wahyu Setiawan, M.Ag

Program : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO
1438 H/2017 M

PERSETUJUAN

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN FAEDAH BRI SYARIAH KCP
BANDAR JAYA
NAMA : LUTFI INDAH NURMALASARI
NPM : 14123008
PROGRAM : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Metro Lampung.

Pembimbing,



Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP.198005162005011008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Tel. P. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.metroainv.ac.id E-Mail:
iaimetro@metroainv.ac.id

PENGESAHAN UJIAN

No.B-~~331~~In.28/FEBI/PP.00.9/08 / 2017

Tugas akhir dengan judul: STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
FAEDAH BRI SYARIAH KCP BANDAR JAYA, disusun oleh: LUTFI INDAH
NURMALASARI, NPM. 14123008, Program: Diploma Tiga (D-III) Perbankan
Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam pada hari/tanggal: Rabu, 26 Juli 2017.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR :

Ketua : Wahyu Setiawan, M.Ag

Penguji I : Hermanita, M.M

Penguji II : Elfa Murdiana, M.Hum

Sekretaris : Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud



Dekan,



Elfa Murdiana, M.Hum
19232000032002

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN FAEDAH BRISYARIAH KCP BANDAR JAYA

Oleh:

**LUTFI INDAH NURMALASARI
NPM. 14123008**

Saat ini Lembaga Keuangan Syariah (LKS), baik perbankan maupun non bank telah mengalami perkembangan. Persaingan antara Lembaga Keuangan Syariah semakin tinggi dalam hal pemasaran produk. Karena, banyak bank syariah maupun Lembaga Keuangan Syariah non bank yang menawarkan berbagai macam produk yang memiliki keunggulannya masing-masing. Oleh karena itu, setiap Lembaga Keuangan Syariah dituntut untuk lebih kreatif, inovatif dan tentunya membutuhkan strategi pemasaran yang efektif. BRISyariah KCP Bandar Jaya merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang menawarkan produk tabungan, salah satunya yaitu Tabungan Faedah.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan melakukan analisis data secara deskriptif. Sumber data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder dengan teknik wawancara dan dokumentasi yang bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya. Analisis data yang digunakan yakni analisis data kualitatif, karena data yang didapat berupa uraian-uraian atau keterangan-keterangan yang didapat dari kegiatan wawancara. Analisis data tersebut menggunakan cara berfikir induktif, dimana berfikir induktif yaitu bermula dari fakta-fakta yang khusus dan peristiwa-peristiwa yang konkrit. Dengan cara berfikir induktif ini penulis dapat menggunakan fakta-fakta dan data-data yang konkrit dari wawancara dengan Pincapem, *Branch Operational Supervisor*, *Customer Service*, dan *Account Officer Micro* BRISyariah KCP Bandar Jaya.

Hasil dari penelitian diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan BRISyariah KCP Bandar Jaya terhadap produk Tabungan Faedah, yaitu diimplementasikan menggunakan analisa 7P, *place* (tempat), *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *people* (partisipan), *process* (proses), dan *physical evidence* (lingkungan fisik). Pemasaran produk Tabungan Faedah juga dilakukan melalui *Account Officer Micro* (AOM). Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti tentang strategi pemasaran produk Tabungan Faedah yang dilakukan oleh bank BRISyariah KCP Bandar Jaya sudah bisa dibilang berhasil dalam prosesnya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kenaikan jumlah nasabah Tabungan Faedah setiap tahunnya.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfi Indah Nurmalasari
NPM : 14123008
Program Studi : 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 dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yang menyatakan,


Lutfi Indah Nurmalasari
NPM. 14123008

MOTTO

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat. (QS. An-Nisaa': 58)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'amin, rasa syukur yang selalu terucap kepada Allah SWT karena telah terselesaikannya tugas akhir ini dengan penuh rasa bahagia dan penuh cinta kasih saya persembahkan tugas akhir ini kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ibu Siti Maisaroh dan Bapak Sudiyono yang telah mendidik saya sejak kecil dengan penuh kasih sayang dan selalu mendoakan akan keberhasilan saya.
2. Adik-adik saya, Feri Febriansyah dan Adista Nurfadilah serta keluarga besar yang mengharapkan keberhasilan saya.
3. Almamater IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat serta pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) pada program D-III Perbankan Syari'ah di IAIN Metro ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang semoga kelak kita diakui sebagai umatnya serta mendapat syafaat dari beliau.

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

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Ibu Zumaroh, S.E.I, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro.

4. Bapak Wahyu Setiawan, M.Ag selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta pikiran dalam membimbing, mengarahkan sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.

5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama penulis menempuh pendidikan.
6. Pemimpin dan karyawan perpustakaan dan institut yang telah memberikan informasi, data, referensi, dan lain-lain.
7. Bapak Iswan Zendrato selaku Pimpinan Cabang Pembantu BRISyariah KCP Bandar Jaya yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian sehingga melancarkan penulis dalam mengumpulkan data.
8. Bapak Andri Saputra selaku *Branch Operational Supervisor* Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya yang telah menjadi praktisi pendamping selama penulis melakukan penelitian.
9. Seluruh karyawan Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya.
10. Teman-teman terdekat, Kusuma Hidayanti, Lina Sari, Sohimah, Yuliawati, Surya Aida Sari, Tri Mudiyantri, Febriana Saraswati, Ranti Juwita, yang telah memberikan dukungan demi terselesaikannya tugas akhir ini.
11. Teman-teman seperjuangan selama pelaksanaan magang, Lita Oktaviana dan Agung Setiawan.
12. Seluruh teman-teman kelas A dan seluruh teman seangkatan D-III Perbankan Syariah tahun 2014.

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan yang telah diberikan.

Kritik dan saran demi perbaikan Tugas Akhir ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian

yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran produk tabungan.

Metro, Juli 2017

Peneliti

Lutfi Indah Nurmalasari
NPM. 14123008

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Metodologi Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran pada Bank Syariah	13
1. Pengertian Pemasaran	13
2. Tujuan Pemasaran Bank Syariah	15
3. Pengertian Strategi Pemasaran Bank Syariah	16
4. Bentuk Strategi Pemasaran Bank Syariah	19
5. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	21

B. Bank Syariah	29
1. Pengertian Bank Syariah	29
2. Landasan Hukum Bank Syariah	30
3. Fungsi dan Peran Bank Syariah	35
4. Tabungan Syariah	37

BAB III PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya	42
1. Sejarah Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya	42
2. Visi dan Misi Bank BRISyariah	44
3. Struktur Organisasi Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya	45
4. Produk-produk Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya	48
B. Strategi Pemasaran Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya	55
1. Tabungan Faedah BRISyariah iB	55
2. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah BRISyariah iB	57

BAB III PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

1. Grafik Perkembangan Jumlah Nasabah Tab. Faedah BRISyariah KCPBandar Jaya	4
2. Daur Proses Pemasaran	18
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	22
4. Fungsi Utama Bank Syariah	36
5. Struktur Organisasi BRISyariah KCP Bandar Jaya	45

DAFTAR TABEL

1. Bentuk Strategi Pemasaran Bank Syariah 19

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing
2. Formulir Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Keterangan Bebas Pustaka
5. Brosur Produk Tabungan Faedah
6. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah lembaga keuangan yang mengeluarkan produk keuangan syariah dan yang mendapat izin operasional sebagai lembaga keuangan syariah.¹ Saat ini Lembaga Keuangan Syariah (LKS), baik perbankan maupun non bank telah mengalami perkembangan. Pada periode tahun 1992-1998 Bank syariah di Indonesia hanya ada satu unit bank syariah. Pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 Bank Umum Syariah dan 17 Unit Usaha Syariah. Sementara itu, jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.²

Namun, jika melihat perkembangan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) di Indonesia hingga saat ini, LKS non bank sudah mendominasi dibandingkan dengan LKS bank. Bank-bank Umum Syariah (BUS) maupun Unit Usaha Syariah (UUS) biasanya hanya terdapat di perkotaan saja, sedangkan LKS non bank seperti *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT), kini banyak beredar bahkan sampai di pedesaan.

¹ Rizal Yaya, Aji Erlangga M, dan Ahim Andurahim, *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), Eds. 2, h. 34.

² Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), Eds. 5, Cet. 9, h. 25.

Menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah pada Bab 1 pasal 1 dan ayat 7 disebutkan bahwa, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.³ Dalam pasal 1 ayat 12, menyebutkan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.⁴ Didirikannya bank syariah adalah untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga. Oleh sebab itu, kegiatan utama bank syariah adalah melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat di samping penyediaan jasa keuangan lainnya yang didasarkan pada prinsip syariah.⁵

Seiring dengan pertumbuhan Lembaga Keuangan Syariah, persaingan antara Lembaga Keuangan Syariah semakin tinggi dalam hal pemasaran produk. Karena, banyak bank syariah maupun Lembaga Keuangan Syariah non bank yang menawarkan berbagai macam produk yang memiliki keunggulannya masing-masing. Oleh karena itu, setiap Lembaga Keuangan Syariah dituntut untuk lebih kreatif, inovatif dan tentunya membutuhkan strategi pemasaran yang efektif, agar produk-produk dari suatu Lembaga Keuangan Syariah tersebut dapat menarik nasabah serta tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

³ Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 21.

⁴ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 50.

⁵ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), Eds. 1, Cet. 2, h. 72.

Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan.⁶ Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.⁷ Sedangkan strategi pemasaran Bank Syariah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk/jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan. Peningkatan penjualan tersebut diorientasi pada: produk *funding* (pengumpulan dana), orientasi pada pelanggan, peningkatan mutu layanan dan meningkatkan *fee based income*.⁸

Produk *funding* terdapat pada semua bank syariah, salah satunya pada Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya. Ada berbagai jenis produk *funding* yang ditawarkan Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya, salah satunya Tabungan Faedah BRISyariah iB. Tabungan Faedah BRISyariah iB merupakan tabungan dari BRISyariah yang menggunakan prinsip titipan. Prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip *al-wadiah*. *Al-wadiah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun

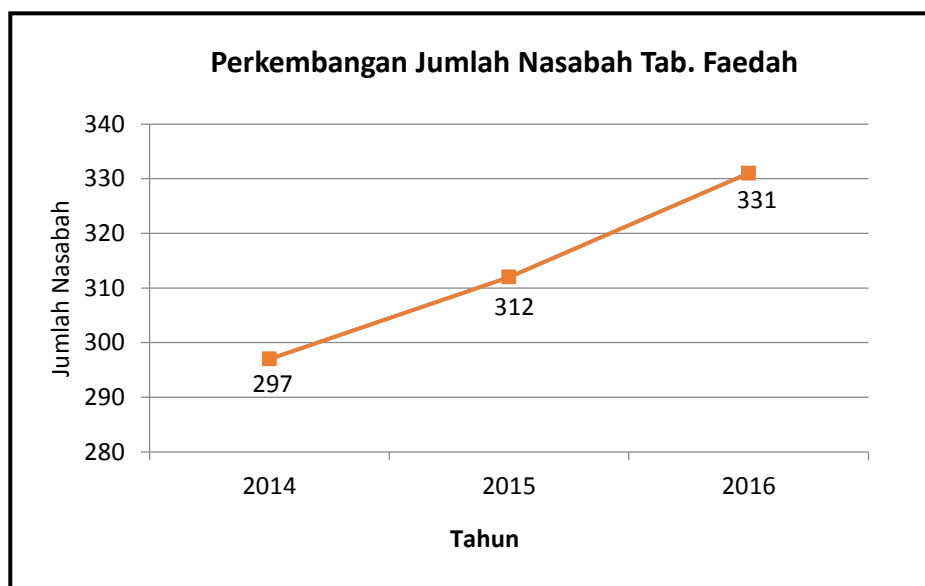
⁶ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), h.5.

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 66.

⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2005), Eds. Revisi, h. 223-224.

badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.⁹

Seiring dengan perkembangan perbankan syariah di Indonesia, persaingan akan produk tabungan sangatlah ketat. Hal ini terjadi karena dalam praktiknya, banyak Lembaga Keuangan Syariah baik bank maupun non bank yang menawarkan produk tabungan sejenis. Hanya saja penamaan dan keunggulan yang diberikan berbeda. Namun, jika dilihat dari tiga tahun terakhir, perkembangan jumlah nasabah Tabungan Faedah pada Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya terus meningkat. Berikut data jumlah nasabah Tabungan Faedah pada Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya dalam tiga Tahun Terakhir.¹⁰



Gambar 1. Grafik Perkembangan Jumlah Nasabah Tab. Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya

⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), Cet. 1, h. 85.

¹⁰ Lihat Register Tanda Terima Nasabah Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya.

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa perkembangan jumlah nasabah Tabungan Faedah di BRISyariah KCP Bandar Jaya tiap tahunnya mengalami kenaikan. Dari tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 15 nasabah atau naik sebesar 4,8%. Sedangkan dari tahun 2015 ke tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 19 nasabah atau naik sebesar 5,7%.

Dengan meningkatnya jumlah nasabah Tabungan Faedah, Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya tentunya memiliki strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan dan menarik nasabah terhadap produk-produknya, khususnya produk Tabungan Faedah. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk membahas mengenai “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, untuk memudahkan pembahasan dan pemahamannya, maka rumusan pertanyaan penelitian adalah bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian yang dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan Faedah pada BRISyariah KCP Bandar Jaya.

Selain mempunyai tujuan penelitian, penelitian ini juga mempunyai manfaat. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca, terutama dalam hal strategi pemasaran produk tabungan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian lebih lanjut, umumnya pada bank syariah dan khususnya Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Bandar Jaya, agar menjadi lembaga keuangan yang senantiasa berkembang dalam menjalankan kegiatan-kegiatan perbankan.

D. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Ide penting penelitian lapangan adalah, peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.¹¹ Dalam hal ini, peneliti mengadakan penelitian langsung di BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Bandar Jaya, tepatnya di jalan Proklamator Raya No. 112 Bandar Jaya, Kec. Terbanggi Besar, Kab. Lampung Tengah.

b. Sifat Penelitian

Laporan penelitian ini bersifat deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), Eds. Revisi, h. 26.

pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian.¹² Sedangkan penelitian bersifat kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.¹³ Dalam hal ini peneliti bermaksud memberikan deskripsi mengenai strategi pemasaran produk Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek yang memberi data/informasi penelitian yang dibutuhkan. Sumber data bisa berupa manusia, benda, keadaan, dokumen, atau institusi.¹⁴ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh oleh peneliti dari sumber utamanya atau asli.¹⁵ Sumber data primer dalam laporan penelitian ini adalah, Bapak Iswan Zendrato selaku Pimpinan Cabang Pembantu (Pincapem), Bapak Andri Saputra selaku *Branch Operational Supervisor* (BOS), Ibu

¹² Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Eds. 2, h. 76.

¹³ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), h. 181.

¹⁴ Suraya Murcitaningrum, *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Prudent Media, 2013), h. 19.

¹⁵ *Ibid.*, h. 20.

Yesi Yuniarwati selaku *Customer Service* (CS) dan Bapak Suhendri selaku *Account Officer Micro* (AOM) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan.¹⁶

Sumber data kedua atau sumber sekunder penelitian ini peneliti peroleh dari buku, salah satunya dari buku karangan M. Nur Rianto yang berjudul *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.¹⁷ Dalam laporan penelitian ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.¹⁸ Data-data yang diharapkan didapat oleh peneliti dalam wawancara ini adalah, hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk.

¹⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), Eds. 2, h.132.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 224.

¹⁸ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 105.

Macam-macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semiterstruktur dan tidak terstruktur.¹⁹ Dalam wawancara terstruktur, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Sedangkan pelaksanaan wawancara semiterstruktur lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Wawancara tidak berstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Dalam hal ini, jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, wawancara semiterstruktur. Peneliti mengadakan tanya jawab yang dilaksanakan dengan Bapak Iswan Zendrato selaku Pimpinan Cabang Pembantu (Pincapem), Bapak Andri Saputra selaku *Branch Operational Supervisor* (BOS), Yesi Yuniarwati selaku *Customer Service* (CS) dan Bapak Suhendri selaku *Account Officer Micro* (AOM) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

¹⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 73.

b. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden.²⁰ Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mencatat dan mengambil gambar saat diadakan tanya jawab yang dilakukan dengan pihak BRISyariah KCP Bandar Jaya, dan dengan mengutip artikel di website Bank BRISyariah.

4. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilah mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.²¹ Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif. Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu.²²

Dalam hal ini, data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan cara berpikir induktif yang berangkat dari informasi

²⁰ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian.*, h.112.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 335.

²² *Ibid.*

tentang strategi pemasaran produk Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dapat diartikan sebagai susunan atau urutan dalam penulisan karya ilmiah supaya mudah untuk dipahami oleh pembacanya. Pembahasan Tugas Akhir ini, dibagi ke dalam empat bab dan pada setiap bab terdapat sub-sub bab. Adapun sistematika pembahasan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika pembahasan.

2. Bab II Landasan Teori

Penulis menguraikan dan menjelaskan dalam bab ini tentang teori-teori mengenai pengertian pemasaran, tujuan pemasaran bank syariah, pengertian strategi pemasaran bank syariah, bentuk strategi pemasaran bank syariah, bauran pemasaran (*marketing mix*), dan dilanjutkan mengenai pengertian bank syariah, landasan hukum bank syariah, fungsi dan peran bank syariah, dan tabungan syariah.

3. Bab III Pembahasan

Bab ini berisi tentang pembahasan, yaitu mulai dari gambaran umum Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya yang terdiri dari sejarah BRISyariah KCP Bandar Jaya, visi misi BRISyariah, Struktur organisasi

BRISyariah KCP Bandar Jaya, produk-produk BRISyariah KCP Bandar Jaya, dan strategi pemasaran Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya.

4. Bab IV Penutup

Pada bab penutup mencakup kesimpulan dari keseluruhan pembahasan dan saran-saran yang dapat disampaikan oleh penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran pada Bank Syariah

1. Pengertian Pemasaran

Pengertian pemasaran selalu berkembang dari waktu ke waktu, dimulai dari pengertian pemasaran secara sederhana sampai dengan pemasaran dalam lingkungan persaingan bisnis yang semakin modern dan kompetitif.²³ Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.²⁴

Pengertian pemasaran dalam buku karangan Kasmir yang berjudul *Kewirausahaan*, adalah “usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui pertukaran.”²⁵

Sedangkan pengertian pemasaran menurut Abdul Manap dalam bukunya yang berjudul *Revolusi Manajemen Pemasaran*, merupakan “suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga,

²³ Buchari Alma dan Donni Juni .P, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 340.

²⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2005), h. 222.

²⁵ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Eds. Revisi, h. 171.

penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan.²⁶

Perbedaan pemasaran bank dengan pemasaran lainnya, yaitu terletak pada karakteristik produknya. Dimana produk yang dijual oleh bank adalah lebih bersifat jasa dan bukan barang. Sehingga, produk yang dijual sedikit abstrak atau tidak dapat dilihat secara nyata namun tetap dapat dirasakan oleh nasabah. Karena perbedaan tersebut, strategi pemasaran yang diterapkan haruslah yang tepat, yaitu strategi pemasaran bagi produk jasa.²⁷

Sedangkan secara spesifik pengertian pemasaran bagi lembaga keuangan/jasa keuangan adalah:

- a. Mengidentifikasi pasar yang paling menguntungkan sekarang dan di masa yang akan datang.
- b. Menilai kebutuhan nasabah/anggota saat ini dan masa yang akan datang.
- c. Menciptakan sasaran pengembangan bisnis dan membuat rencana untuk mencapai sasaran tersebut.
- d. Promosi untuk mencapai sasaran itu.²⁸

Dari beberapa pengertian pemasaran di atas, maka pemasaran bukan hanya sekedar memasarkan barang, yaitu dengan menjual barang agar laku terjual. Namun, pemasaran adalah proses untuk memenuhi

h.5. ²⁶ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016),

²⁷ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.5

²⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, h. 222.

kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini dan masa yang akan datang, dengan melakukan berbagai kegiatan diantaranya, merumuskan jenis produk, menetapkan harga yang cocok dengan kondisi konsumennya, memilih tempat atau lokasi yang strategis, dan melakukan promosi yang tepat untuk mengkomunikasikan produk tersebut agar dikenal konsumen.

2. Tujuan Pemasaran Bank Syariah

Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Selanjutnya, tujuan pemasaran bank syariah pada dasarnya sama dengan tujuan pemasaran bank secara umum, yaitu untuk:

- a. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- b. Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya (*word of mouth*).
- c. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki baragam pilihan pula.

d. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.²⁹

Jadi, inti dari tujuan pemasaran bank syariah maupun bank secara umum adalah, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah melalui beragam produk dan pelayanan yang diberikan, sehingga nasabah akan merasa puas dan diharapkan dapat menarik nasabah lainnya.

3. Pengertian Strategi Pemasaran Bank Syariah

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa-jasa yang ditawarkan, maka mereka semakin puas, dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil.³⁰

Untuk menghadapi pasar sasaran yang ada, perbankan menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya bank-bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, aneka ragam hadiah dan promosi yang ditawarkan oleh bank dan sebagainya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran dapat dilakukan dengan dua cara yaitu, dengan tetap fokus pada pasar yang sudah ada. Selain itu bank juga harus memikirkan kemungkinan-kemungkinan untuk membuka cabang-

²⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), h. 66.

³⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, h. 187.

cabang baru atau mendirikan beberapa perwakilan di berbagai tempat yang cukup strategis bagi pengembangan organisasi.³¹

Strategi pemasaran bank syariah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk/jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan. Peningkatan penjualan tersebut diorientasi pada: produk *funding* (pengumpulan dana), orientasi pada pelanggan, peningkatan mutu layanan dan meningkatkan *fee based income*. Dengan demikian, strategi pasar merupakan hal penting dalam pemasaran bank syariah. Yang dimaksud strategi pasar adalah penetapan secara jelas pasar bank syariah sehingga menjadi kunci utama untuk menerapkan elemen-elemen strategi lainnya.³²

Pemasaran lembaga keuangan/jasa keuangan adalah usaha untuk menciptakan dan melayani permintaan pasar/nasabah, sehingga memperoleh keinginan bagi lembaga keuangan dan masyarakat. Untuk mendapatkan hasil pemasaran sesuai dengan harapan, baik lembaga keuangan ataupun lembaga keuangan syariah bank maupun non bank, harus mengikuti tahapan-tahapan atau proses pemasaran sebagai berikut:

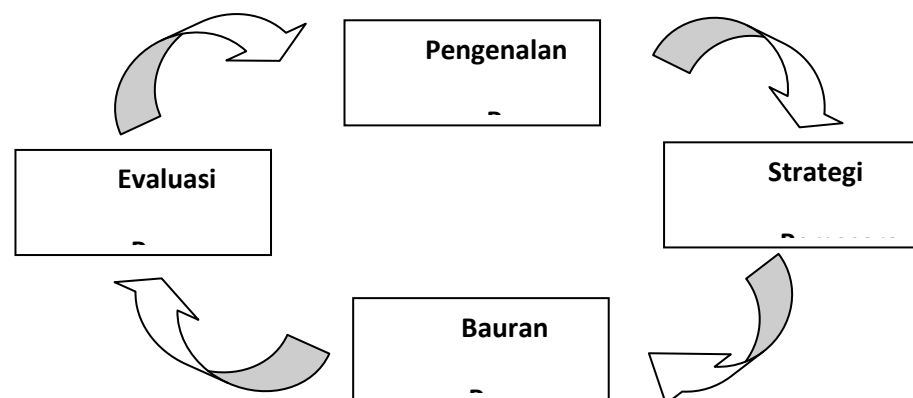
- a. Pengenalan Pasar, yaitu usaha untuk mengetahui potensi pembeli/konsumen dan mengetahui kebutuhannya.
- b. Strategi Pemasaran, merupakan tindak lanjut dari pengenalan pasar, yang menyangkut strategi yang akan diterapkan dalam memasarkan produk agar diterima oleh pasar.

³¹ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, h. 78.

³² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, h. 223-224.

- c. Bauran Pemasaran, merupakan alat yang digunakan dalam menjalankan strategi yang telah dipilih. Dalam bauran pemasaran ini akan ditentukan bagaimana unsur-unsur produk, harga, lokasi/sistem distribusi dan promosi yang disatukan menjadi satu kesatuan, sehingga sesuai dengan konsumen yang akan dituju.
- d. Evaluasi, harus dilakukan untuk melihat sejauh mana proses pemasaran dijalankan dan apakah ada perbaikan yang terjadi dalam usaha yang dilakukan.³³

Dari ke-empat tahapan atau proses pemasaran di atas, maka dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. *Daur Proses*

Dari gambar di atas, dapat diuraikan bahwa mengenali pasar dapat dilakukan dengan melihat, mengikuti perkembangan pasar, dan membandingkan dengan produk sendiri. Informasi tersebut yang akan digunakan dalam penyusunan strategi dengan menggunakan bauran pemasaran sebagai alat untuk menjalankan strategi pemasaran, yang

³³ *Ibid.*

selanjutnya akan dilihat apakah strategi yang telah dijalankan berhasil atau tidak. Jika tidak ada perbaikan, maka proses dimulai kembali dari pengenalan pasar dan seterusnya hingga evaluasi pemasaran.

4. Bentuk Strategi Pemasaran Bank Syariah

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, dalam hal ini Lembaga Keuangan Syariah Bank, harus mempunyai sebuah strategi sebelum melakukan kegiatan pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari berbagai bentuk yang mungkin saja berbeda penggunaannya antara satu LKS dengan LKS lainnya. Namun, tujuan semua sama yaitu, untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan laba yang maksimal. Berikut ini akan diuraikan mengenai strategi yang dapat digunakan dalam pemasaran bank syariah.

Strategi yang dapat dipilih, yaitu sebagai berikut.

Produk Konsumen	Produk Lama	Produk Baru
Konsumen Lama	Penetrasi Pasar	Pengembangan Produk
Konsumen Baru	Pengembangan Pasar	Diversifikasi

Tabel 1. Bentuk Pemasaran Bank Syariah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Penetrasi Pasar

Strategi ini digunakan bila masih banyak calon konsumen/nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran. hal ini disebabkan karena:

- 1) Produk belum dikenal.
- 2) Pesaing lebih intensif menggarap konsumen/nasabah sehingga tertarik pada produk mereka.
- 3) Konsumen tidak mengetahui kelebihan/keunggulan produk.

Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan penetrasi pasar, yaitu:

- 1) Menambah lokasi (*blocking area*) atau menambah staf penjualan.
- 2) Meningkatkan pelayanan yang cepat.
- 3) Meningkatkan upaya pengiklanan produk.
- 4) Melakukan promosi penjualan, seperti memberikan hadiah, bonus untuk anggota/nasabah berprestasi.

b. Pengembangan Pasar

Strategi ini dilakukan bila konsumen/nasabah yang telah ada, telah dianggap jenuh atau sasaran konsumen lama sudah tidak dapat ditambah lagi sehingga perlu dicarikan konsumen/nasabah baru yang secara geografis/demografis berbeda dengan pasar yang lama. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan pasar, antara lain:

- 1) Menambah lokasi atau kantor cabang di daerah lain.
- 2) Strategi jemput bola pada konsumen atau calon nasabah yang selama ini dianggap bukan merupakan pangsa pasar.³⁴

³⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, h. 228.

c. Pengembangan Produk

Strategi ini menyangkut perubahan/penyempurnaan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen/nasabah.

Upaya yang dapat dilakukan, yaitu:

- 1) Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan terpendam dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah di masa yang akan datang.
- 2) Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

d. Diversifikasi Produk

Strategi ini merupakan pengembangan produk baru tetapi masih berhubungan dengan produk lama dan ditawarkan kepada pasar yang baru juga. Upaya yang dapat dilakukan, yaitu:

- 1) Melakukan riset mengenai kebutuhan pasar/konsumen baru.
- 2) Membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.³⁵

5. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Konsep pemasaran mempunyai alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan, yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran).³⁶ Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang terdiri dari aspek produk, harga, lokasi dan promosi, yang diolah

³⁵ *Ibid.*, h. 228-229.

³⁶ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, h. 14.

komposisinya menjadi ideal dan dipergunakan oleh lembaga dalam pasar sasaran untuk mencapai tujuannya. Secara sederhana, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam bauran pemasaran bank syariah dapat dilihat pada ilustrasi berikut.³⁷



Gambar 2. Bauran Pemasaran (Marketing

Sama halnya bauran pemasaran menurut Buchari Alma dan Donni Juni dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Bisnis Syariah*, adalah “suatu strategi pemasaran untuk melayani pelanggan dengan cara memuaskannya melalui *product, price, place* dan *promotion*.”³⁸ Namun menurut Ratih Hurriyati, bauran pemasaran jasa mengacu pada konsep bauran pemasaran tradisional yang terdiri dari 4P, yaitu *product, place, price* dan *promotion* yang kemudian diperluas dengan penambahan unsur

³⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, h. 230.

³⁸ Buchari Alma dan Donni Juni .P, *Manajemen Bisnis Syariah*, h. 359.

non tradisional yaitu, *people*, *process* dan *physical evidence* sehingga menjadi tujuh unsur (7P).³⁹

Berikut ini akan dijelaskan secara singkat mengenai masing-masing unsur dari bauran pemasaran yang saat ini telah berkembang menjadi 7P (*product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence*).

a. *Product* (Produk)

Dalam strategi *marketing mix*, langkah yang pertama dilakukan adalah strategi produk. Hal ini penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Secara sederhana arti produk dikatakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁴⁰

Pengertian produk menurut Nana Herdiana Abdurrahman dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dalam rangka memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.”⁴¹

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi

³⁹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 49.

⁴⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, h. 188.

⁴¹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), h. 344.

produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut, pembungkus, dan servis sesudah penjualan.⁴²

Dalam dunia perbankan, strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk, yaitu:

1) Penentuan Logo dan Moto

Logo merupakan serangkaian ciri khas suatu bank sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi bank dalam melayani masyarakat.

2) Menciptakan Merek

Karena jasa memiliki keanekaragaman, maka setiap jasa harus memiliki nama, tujuannya agar mudah dikenal dan diingat pembeli. Nama merupakan salah satu bentuk dari merek. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, disain atau kombinasi dari semuanya.

3) Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan, kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah atau bentuk tawaran produk yang dapat menarik perhatian para nasabah.

⁴² M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, h. 14-15.

4) Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang dilekatkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan.⁴³

b. *Price* (Harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.⁴⁴ Penetapan harga ini tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat.⁴⁵

Adapun tujuan penentuan harga oleh lembaga keuangan syariah ataupun perusahaan secara umum pada dasarnya sama, yaitu sebagai berikut.

- 1) Untuk bertahan hidup; Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.
- 2) Untuk memaksimalkan laba; Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat, sehingga laba menjadi maksimal.

⁴³ *Ibid.*, h. 146-147.

⁴⁴ *Ibid.*, h. 15.

⁴⁵ Buchari Alma dan Donni Juni .P, *Manajemen Bisnis Syariah*, h. 360.

Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

- 3) Untuk memperbesar *market share*; Maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.
- 4) Mutu produk; Tujuan penentuan harga dengan pertimbangan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibanding harga pesaing.
- 5) Karena pesaing; Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.⁴⁶

c. *Place* (Tempat)

Dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Dalam

⁴⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, h. 191.

persaingan yang ketat, penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab, dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih.

d. *Promotions* (Promosi)

Promosi juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, dan juga merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Pengertian promosi sendiri adalah semua kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan pada produk atau perusahaan/bank.⁴⁷ Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan/bank. Sehingga, pasar dapat mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh bank tersebut.

Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*). Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen/nasabah dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.⁴⁸

⁴⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajenen Bisnis.*, h.349.

⁴⁸ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, h. 15.

e. *People* (Partisipan)

Partisipan yang dimaksud di sini adalah karyawan penyedia jasa layanan maupun penjualan, atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri.

f. *Process* (Proses)

Proses adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan, seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompentensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

g. *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik)

Lingkungan fisik adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana tempat beroperasinya jasa. Karakteristik lingkungan fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cuaca, peletakan dan *layout* yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai objek stimuli.⁴⁹

⁴⁹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran.*, h. 50.

B. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Menurut ensiklopedia Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Berdasarkan rumusan tersebut, Bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al quran dan Hadits.⁵⁰

Pengertian bank syariah dalam buku karangan Zainuddin Ali yang berjudul *Hukum Perbankan Syariah* adalah,

*suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah biasa disebut Islamic Banking atau interest free banking, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (maisir), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (gharar).*⁵¹

Bank Islam, selanjutnya disebut dengan bank syariah, adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah juga

⁵⁰ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h.49.

⁵¹ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), Eds. 1, cet.1,

merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) Islam.⁵²

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 1 Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam pasal 1 ayat 7 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁵³

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat dikatakan bahwa, bank syariah adalah suatu lembaga keuangan syariah yang kegiatan utamanya yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan jasa pelayanan. Kegiatan tersebut dilaksanakan dengan berlandaskan prinsip syariah.

2. Landasan Hukum Bank Syariah

Dasar pemikiran terbentuknya bank syariah bersumber dari adanya larangan riba di dalam al-Quran dan Hadits sebagai berikut:

Surat al-Baqarah ayat 275-276:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ

h. 15. ⁵² Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013),

⁵³ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah.*, h.49-50

الْبَيْعِ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

Artinya: Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan 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 dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah: 275)

Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah. dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa. (QS. Al-Baqarah: 276)

Orang yang mengambil riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan setan. Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini. Boleh tidak dikembalikan.⁵⁴

Surat Ali Imran ayat 130:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ

تَفْلِحُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. (QS. Ali Imran:130)

⁵⁴ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 54

Yang dimaksud Riba di sini ialah *Riba nasi'ah*. Menurut sebagian besar ulama bahwa *Riba nasi'ah* itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda. Riba itu ada dua macam: *nasiah* dan *fadhhl*. *Riba nasiah* ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. *Riba fadhhl* ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini *Riba nasiah* yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah.⁵⁵

Selanjutnya larangan riba ini juga dipertegas lebih lanjut dalam beberapa hadits Nabi Muhammad SAW. Di bawah ini terdapat beberapa hadits yang mengharamkan atau melarang praktik riba dalam kegiatan perniagaan umat Islam, yaitu sebagai berikut.

a. Hadits Riwayat Bukhari Nomor 2084 dalam Kitab *Al-Buyu*

Diriwayatkan oleh Aun bin Abi Juhaifa, "Ayahku membeli seorang budak yang pekerjaannya membekam (mengeluarkan darah kotor dari kepala), ayahku kemudian memusnahkan peralatan bekam si budak tersebut. Aku bertanya kepada ayah mengapa beliau melakukannya, ayahku menjawab, bahwa Rasulullah SAW melarang untuk menerima uang dari transaksi darah, anjing, dan kasab budak perempuan, beliau juga melaknat pekerjaan pentato dan yang minta ditato, menerima dan memberi riba serta beliau melaknat para pembuat gambar."

b. Hadits Riwayat Bukhari Nomor 2145 dalam Kitab *Al-Wakalah*

⁵⁵ *Ibid.*

Diriwayatkan oleh Abu Said Al-Khudri bahwa pada suatu ketika Bilal membawa Barni (sejenis kurma berkualitas baik) ke hadapan nabi SAW, dan beliau bertanya kepadanya, “Dari mana engkau mendapatkannya?” Bilal menjawab, “saya mempunyai sejumlah kurma dari jenis yang rendah mutunya dan menukarkannya dua sha’ untuk satu sha’ kurma jenis Barni untuk dimakan oleh nabi SAW”, selepas itu nabi SAW terus berkata, “Hati-Hati! Hati-hati! Ini sesungguhnya riba, ini sesungguhnya riba. Jangan berbuat begini, tetapi jika kamu membeli (kurma yang mutunya lebih tinggi), juallah kurma yang mutunya rendah untuk mendapatkan uang dan kemudian gunakanlah uang tersebut untuk membeli kurma yang bermutu tinggi.”

c. Hadits Riwayat Muslim Nomor 2995 dalam Kitab *Al-Musaqqah*

Jabir berkata bahwa Rasulullah SAW, mengutuk orang yang menerima riba, orang yang membayarnya, dan orang yang mencatatnya dan dua orang saksinya, kemudian beliau bersabda, “Mereka iyu semuanya sama.”⁵⁶

Dari beberapa hadits tersebut, secara tegas menunjukkan bahwa riba adalah haram, sehingga konsekuensi yuridisnya jika dilakukan akan mendatangkan siksa di akhirat kelak. Mengenai siksa apa yang akan diterima oleh seorang pemakan riba dapat dilihat dalam peristiwa Isra Mi’raj Rasulullah SAW, yang menurut salah satu riwayat yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah bahwa Rasulullah SAW, bersabda yang artinya:

Pada malam perjalanan mi’raj, aku melihat orang-orang yang perut mereka seperti rumah, di dalamnya dipenuhi oleh ular-ular yang kelihatan dari luar. Aku bertanya kepada Jibril siapakah mereka itu. Jibril menjawab bahwa mereka adalah orang-orang yang memakan riba.

⁵⁶ Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), h. 25-27.

Selain ayat Al-Quran dan Hadits mengenai riba di atas yang menjadi landasan hukum bank syariah, juga dibutuhkan landasan yuridis mengenai Lembaga Keuangan Syariah atau perbankan syariah.

Peraturan perundang-undangan yang mengataur mengenai perbankan syariah terdapat pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Pembentukan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 ini dimaksudkan untuk mengakomodasi karakteristik operasional perbankan syariah. Sehingga tercipta payung hukum yang kuat bagi pengaturan eksistensi dan esensi kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha perbankan syariah.⁵⁷

Sebelum terbentuknya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, praktik operasional perbankan syariah berdasar kepada Undang-Undang Perbankan umum sebagaimana termuat dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 serta regulasi Bank Indonesia berupa peraturan dan surat edaran Bank Indonesia. Peraturan mengenai perbankan syariah dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 belum spesifik, sehingga perlu diatur secara khusus dalam suatu undang-undang tersendiri, yakni sebagaimana termuat dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008.

⁵⁷ *Ibid.*, h. 96-97.

Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, maka ada dua macam peraturan perbankan, yaitu undang-undang perbankan dan undang-undang bank syariah. Hubungan kedua undang-undang tersebut adalah undang-undang perbankan sebagai peraturan umum (*lex generalis*) dan undang-undang bank syariah sebagai peraturan khusus (*lex specialis*). Hal ini berarti untuk mendirikan bank syariah tidak lagi mendasarkan undang-undang perbankan, tetapi mengikuti peraturan dalam undang-undang bank syariah. Apabila terhadap hal-hal yang belum diatur dalam undang-undang bank syariah, maka berlaku undang-undang perbankan (*lex generalis derogat les specialis*).⁵⁸

3. Fungsi dan Peran Bank Syariah

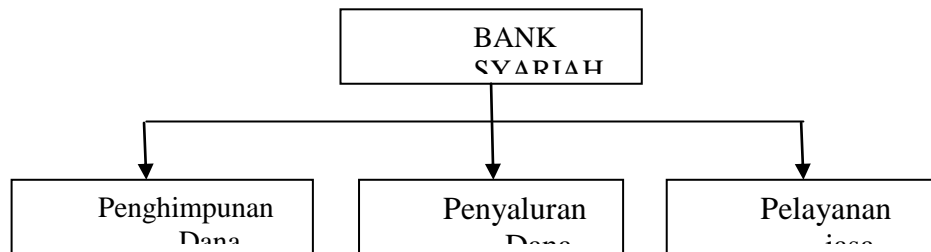
Secara umum, lembaga keuangan berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan. Intermediasi keuangan merupakan proses penyerapan dana dari unit surplus ekonomi, baik sektor usaha, lembaga pemerintah maupun individu (rumah tangga) untuk penyediaan dana bagi unit lain. Intermediasi keuangan merupakan kegiatan pengalihan dana dari unit ekonomi surplus ke unit ekonomi defisit. Unit surplus dapat berasal dari perusahaan, pemerintah, dan rumah tangga yang memiliki kelebihan pendapatan setelah dikurangi kebutuhan untuk konsumsi.⁵⁹

Bank syariah memiliki 3 fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), Ed. 1, Cet. Ke-2, h. 29-31

kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.⁶⁰



Gambar 3. Fungsi Utama Bank Syariah

Fungsi bank syariah adalah sebagai perantara dari pihak yang membutuhkan dana dan pihak yang memiliki dana. Masyarakat yang memiliki dana akan membutuhkan bank syariah sebagai tempat untuk menyimpan dananya. Dalam menghimpun dana masyarakat, bank syariah akan membayar biaya bagi hasil atau bonus atas simpanan dana dari masyarakat. Pembayaran bonus dan/atau bagi hasil kepada pihak ketiga tergantung pada akad antara pemilik dana (nasabah) dengan pengguna dana (bank syariah).⁶¹

Berdasarkan Pasal 4 UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, disebutkan bahwa bank syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Dalam beberapa literatur perbankan syariah, bank syariah dengan beragam skema transaksi yang dimiliki dalam skema non-riba memiliki setidaknya empat

⁶⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 39

⁶¹ *Ibid.*, h. 43

fungsi, yaitu fungsi manajer investasi, fungsi investor, fungsi sosial dan fungsi jasa keuangan.⁶²

4. Tabungan Syariah

Berdasarkan Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁶³

Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.⁶⁴

a. Tabungan *Wadiah*

Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota hingga masyarakat di pedesaan. Menurut Undang-Undang Perbankan No. 1998, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang

⁶² Rizal Yaya, Aji Erlangga, dan Ahim Abdurahim, *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), Eds. 2, h. 48.

⁶³ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), Eds. 3, h. 297.

⁶⁴ *Ibid.*

disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁶⁵

Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.⁶⁶ Secara umum terdapat dua jenis *wadiah*, yaitu *wadiah yad al-amanah* dan *wadiah yad adh-dhamanah*.⁶⁷

1) *Wadiah Yad al-Amanah*

Wadiah jenis ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a) Harta atau barang yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan.
- b) Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa boleh memanfaatkannya.
- c) Sebagai kompensasi, penerima titipan tidak diperkenankan untuk membebankan biaya kepada yang menitipkan.
- d) Mengingat barang atau harta yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan oleh penerima titipan, aplikasi perbankan yang memungkinkan untuk jenis ini adalah jasa penitipan atau *safe deposit box*.

⁶⁵ Ismail, *Perbankan Syariah*, h. 74.

⁶⁶ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam*, h. 298.

⁶⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 148.

2) *Wadiah Yad adh-Dhamanah*

Wadiah jenis ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a) Harta dan barang yang dititipkan boleh dan dapat dimanfaatkan oleh yang menerima titipan.
- b) Karena dimanfaatkan, barang dan harta yang dititipkan tersebut tentu dapat menghasilkan manfaat. Sekalipun demikian, tidak ada keharusan bagi penerima titipan untuk memberikan hasil pemanfaatan kepada si penitip.
- c) Produk perbankan yang sesuai dengan akad ini yaitu, giro dan tabungan.⁶⁸

Berkaitan dengan produk tabungan *wadiah*, bank syariah menggunakan akad *wadiah yad adh-dhamanah*. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya. Sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki. Di sisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas

⁶⁸ *Ibid.*

keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut.⁶⁹

Dalam *wadiah yad adh-dhamanah*, nasabah penitip dan bank tidak boleh saling menjanjikan untuk membagikan keuntungan harta tersebut. Namun demikian, bank dibolehkan memberikan bonus kepada pemilik harta titipan selama tidak disyaratkan diawal. Dengan kata lain, pemberian bonus merupakan kebijakan bank syariah semata yang bersifat sukarela.

b. Tabungan *Mudharabah*

Selain menggunakan prinsip *wadiah*, bank juga dapat mengintegrasikan rekening tabungan dengan rekening investasi dengan prinsip *mudharabah* dengan begi hasil yang disepakati bersama.⁷⁰ *Mudharabah* adalah suatu perkongsian antara dua pihak, dimana pihak pertama (*shahib al-mal*) menyediakan dana, dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggungjawab atas pengelolaan usaha.⁷¹

Tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. *Mudharabah* mempunyai dua bentuk, yakni *mudharabah muthlaq* dan *mudharabah muqayyadah*, yang perbedaan utama diantara keduanya terletak pada ada atau

⁶⁹ Adiwarmam A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), Eds. 4, Cet. 7, h. 435-346.

⁷⁰ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), Eds. 1, Cet. 4, h. 117.

⁷¹ Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), Cet. 1, h. 13.

tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya.⁷²

Dalam hal ini bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain. Namun di sisi lain, bank syariah juga mendapat amanah, yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya.

Dari hasil pengelola dana *mudharabah*, bank syariah akan membagihasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah *mis management* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.

⁷² Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam*, Eds. 3, h. 299-300.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Deskripsi BRISyariah KCP Bandar Jaya

1. Sejarah BRISyariah KCP Bandar Jaya

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRISyariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.⁷³

Aktivitas PT. Bank BRISyariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRISyariah (proses spin off-) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRISyariah.⁷⁴

Saat ini PT. Bank BRISyariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRISyariah tumbuh dengan pesat

⁷³ www.brisyariah.co.id diunduh pada 1 Februari 2017.

⁷⁴ www.brisyariah.co.id diunduh pada 1 Februari 2017.

baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRISyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.⁷⁵

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRISyariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.⁷⁶

PT. BRISyariah KCP Lampung Bandar Jaya merupakan salah satu cabang dari PT. Bank BRISyariah yang beralamatkan di jalan Proklamator No. 112 Bandar Jaya, Terbanggi Besar, Lampung Tengah. PT. BRISyariah KCP Lampung Bandar Jaya merupakan kantor cabang pembantu dari BRISyariah kantor cabang Tanjung Karang.⁷⁷

Terbentuknya PT. BRISyariah KCP Bandar Jaya bermula dari melihat adanya peluang bisnis di Bandar Jaya. Awalnya hanya ada sekelompok karyawan BRISyariah yang mulai mencari nasabah pembiayaan di pusat Bandar Jaya, dan menjadikan masjid sebagai tempat istirahat karena saat itu belum mempunyai gedung sendiri. Setelah itu,

⁷⁵ www.brisyariah.co.id diunduh pada 1 Februari 2017.

⁷⁶ www.brisyariah.co.id diunduh pada 1 Februari 2017.

⁷⁷ Hasil wawancara dengan *Branch Operational Supervisor* (BOS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

karena melihat adanya potensi di Bandar jaya, akhirnya menyewa gedung kecil untuk dijadikan Unit Mikro Syariah (UMS).⁷⁸

Pembukaan UMS di Bandar Jaya pada 1 Juni 2010 menggunakan mobile tim dengan struktur organisasi yang terdiri dari Unit Mikro Syariah Head (UH), Unit Financing Officer (UFO), Sales Officer (SO) dan Relationship Officer (RO). Karena tumbuh dan berkembang dengan baik, selanjutnya membuka kantor cabang pembantu yang diresmikan pada 10 Oktober 2012 yang dikenal nama BRISyariah KCP Lampung Bandar Jaya.⁷⁹

2. Visi dan Misi BRISyariah

a. Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi

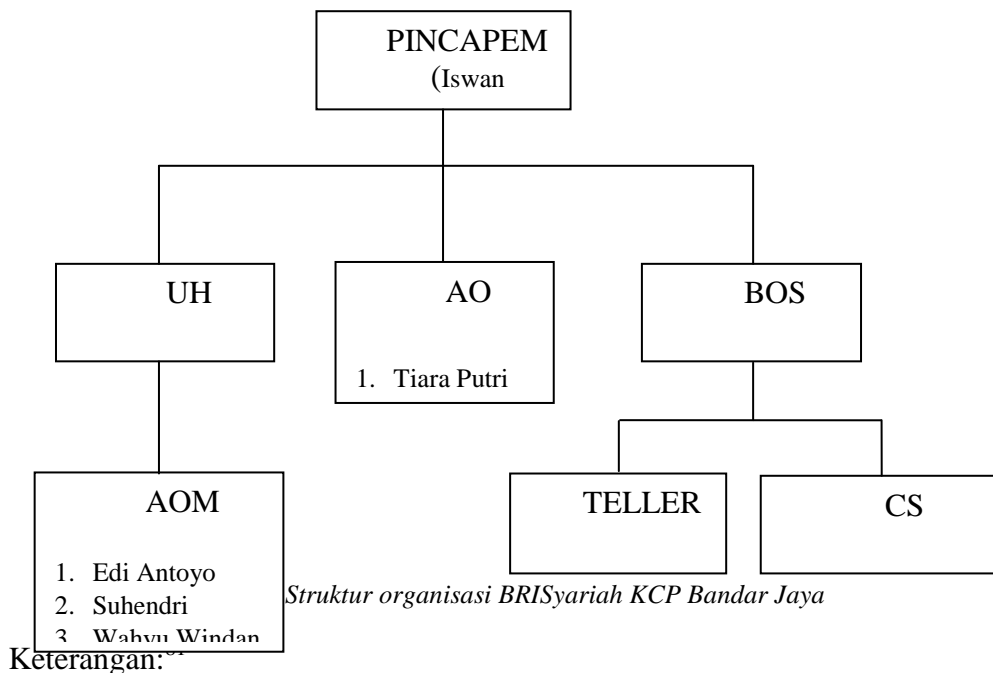
- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.

⁷⁸ www.brisyariah.co.id diunduh pada 1 Februari 2017.

⁷⁹ www.brisyariah.co.id diunduh pada 1 Februari 2017.

- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.⁸⁰

3. Struktur Organisasi BRISyariah KCP Bandar Jaya



a. Pimpinan Cabang Pembantu (Pincapem)

Pincapem bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional perbankan di level kantor cabang pembantu dan membawahi keseluruhan bagian.

b. *Unit Micro Syariah Head (UH)*

⁸⁰ www.brisyariah.co.id diunduh pada 1 Februari 2017.

⁸¹ Hasil wawancara dengan *Branch Operational Supervisor (BOS)* BRISyariah KCP Bandar Jaya.

Berwenang dalam merencanakan, mengkoordinasikan dan menyediakan kegiatan unit mikro syariah untuk menjamin target anggaran yang ditetapkan secara efektif dan efisien.

c. *Account Officer (AO)*

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

d. *Account Officer Micro (AOM)*

Bertugas mempersiapkan dan melaksanakan rencana atas *account* pembiayaan untuk mencapai portofolio pembiayaan yang berkembang, sehat dan menguntungkan serta menjalankan disiplin proses sales dan melaksanakan proses marketing untuk segmen komersial khususnya pembiayaan mikro. Memasarkan pembiayaan sesuai dengan ketentuan pembiayaan mikro dengan target yang telah ditetapkan, melakukan proses pembiayaan baru dan perpanjangan

antara lain, detail analisa kualitatif, menyiapkan kelengkapan dan keabsahan dokumen pembiayaan serta mengusulkan pembiayaan kepada komite pembiayaan untuk mendapatkan keputusan, mengelola tingkat kesehatan pembiayaan nasabah binaan yang menjadi tanggung jawabnya dan mempertahankan kualitas pembiayaan yang sesuai dengan target yang ditetapkan.

e. *Branch Operation Supervisor (BOS)*

Berwenang mengkoordinir kegiatan pelayanan perbankan, transaksi operasional *customer service* dan teller, menyetujui atau otoritas transaksi layanan operasi *front liner* sesuai kewenangan.

f. *Teller*

Berwenang melayani nasabah untuk transaksi penyetoran dan penarikan tunai serta transfer untuk mencapai *service excellent*.

g. *Customer Service (CS)*

Berwenang melayani nasabah dengan memberikan informasi tentang produk serta menerima dan menangani keluhan nasabah dan melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk penyelesaiannya, memahami produk layanan yang terkait dengan operasi layanan CS.⁸²

4. Produk-produk BRISyariah KCP Bandar Jaya

⁸² Hasil wawancara dengan *Branch Operational Supervisor (BOS)* BRISyariah KCP Bandar Jaya.

a. Produk *Funding*

1) Tabungan Faedah BRISyariah iB

Tabungan Faedah BRISyariah iB merupakan tabungan dari BRISyariah yang menggunakan prinsip titipan, dipersembahkan bagi yang menginginkan kemudahan dalam bertransaksi keuangan. Tabungan Faedah BRISyariah iB memberikan ketenangan dan kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah. Syarat dan Ketentuan untuk pembukaan rekening tabungan Faedah, yaitu:

- a) Fotocopy KTP yang masih berlaku.
- b) Fotocopy NPWP.
- c) Biaya pembukaan rekening Rp100.000,-⁸³

2) Tabungan Haji BRISyariah iB

Tabungan Haji BRISyariah iB merupakan Produk simpanan dari BRISyariah bagi calon jemaah Haji Reguler yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Tabungan Haji BRISyariah iB menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Syarat dan Ketentuan untuk pembukaan rekening tabungan Haji BRISyariah iB, yaitu:

- a) Melampirkan fotocopy KTP (Kartu Tanda Penduduk).

⁸³ Dokumentasi berupa brosur dari BRISyariah.

- b) Melampirkan fotocopy NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
 - c) Melampirkan fotocopy Kartu Keluarga (untuk pembukaan bagi anak-anak).
 - d) Biaya pembukaan rekening Rp100.000,-⁸⁴
- 3) Tabungan Haji Valas BRISyariah iB

Produk simpanan dari BRISyariah bagi calon jemaah Haji Khusus yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Tabungan ini menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah serta menggunakan mata uang USD. Syarat dan Ketentuan untuk pembukaan tabungan Haji Valas, yaitu:

- a) Melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk).
 - b) Melampirkan fotokopi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
 - c) Biaya pembukaan rekening Rp100.000,-⁸⁵
- 4) Tabungan Impian BRISyariah iB

Tabungan Impian merupakan produk simpanan berjangka dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana dan memakai mekanisme autodebet setoran rutin bulanan. Tabungan ini

⁸⁴ www.brisyariah.co.id diunduh pada 8 Februari 2017.

⁸⁵ www.brisyariah.co.id diunduh pada 8 Februari 2017.

menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah. Syarat dan Ketentuannya, yaitu:

- a) Melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk).
- b) Melampirkan fotokopi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
- c) Memiliki produk Tabungan Faedah BRISyariah iB sebagai rekening induk.
- d) Biaya pembukaan rekening Rp100.000,-⁸⁶

5) TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Akad yang digunakan dalam TabunganKu yaitu akad Wadiah yad Dhamanah. Syarat & Ketentuannya, yaitu:

- a) Melampirkan fotocopy KTP (Kartu Tanda Penduduk).
- b) Melampirkan NPWP (Nomor Pokok wajib Pajak).
- c) Biaya pembukaan rekening Rp20.000,-⁸⁷

6) Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah iB

SimPel iB kependekan dari Simpanan Pelajar iB, adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan

⁸⁶ www.brisyariah.co.id diunduh pada 8 Februari 2017.

⁸⁷ www.brisyariah.co.id diunduh pada 8 Februari 2017.

mudah dan sederhana, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Persyaratannya, yaitu:

- a) Perjanjian Kerja Sama antara BRISyariah dengan Sekolah.
- b) Mengisi kelengkapan Aplikasi Pembukaan Rekening SimPel iB.
- c) Melengkapi dokumen pembukaan rekening. (Siswa: Kartu Keluarga/NISN/NIS dan Orang Tua/Wali: KTP)⁸⁸

7) Tabungan Mikro

Tabungan mikro merupakan tabungan yang digunakan oleh nasabah pembiayaan untuk pembayaran angsuran.

Tabungan Mikro mempunyai fasilitas, antara lain:

- a) Auto debet, jika sudah tanggal jatuh tempo pembayaran angsuran, maka akan secara otomatis didebet oleh sistem dari tabungan mikro nasabah yang bersangkutan.
- b) Gratis buku tabungan.
- c) Tidak diberikan ATM.
- d) Saldo tidak bisa diambil, kecuali angsuran sudah lunas dan masih ada sisa saldo di rekening tabungan mikro.
- e) Pembukaan rekening minimal Rp100.000,-⁸⁹

⁸⁸ www.brisyariah.co.id diunduh pada 8 Februari 2017.

⁸⁹ Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

8) Deposito BRISyariah iB

Deposito BRISyariah iB merupakan produk investasi berjangka dari BRISyariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal, dengan menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah. Syarat dan ketentuannya, antara lain:

- a) Untuk nasabah perorangan, melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk) yang masih berlaku.
- b) Untuk nasabah non-perorangan, melampirkan dokumen sesuai dengan ketentuan yang berlaku di BRISyariah.
- c) Memiliki produk Tabungan Faedah BRISyariah iB/Giro BRISyariah iB.
- d) Minimum penempatan Rp 2.500.00,-⁹⁰

9) Giro BRISyariah iB

Giro BRISyariah iB merupakan Produk simpanan dari BRISyariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan untuk kemudahan transaksi bisnis sehari-hari dimana penarikan dana menggunakan cek & bilyet giro. Menggunakan akad Wadiah yad Dhamanah. Syarat dan ketentuannya, antara lain:

- a) Untuk nasabah perorangan, melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk) yang masih berlaku.

⁹⁰ www.brisyariah.co.id diunduh pada 15 Februari 2017.

b) Untuk nasabah non-perorangan, melampirkan dokumen sesuai dengan ketentuan yang berlaku di BRISyariah.

c) Setoran awal Rp 2.500.000,-⁹¹

b. Produk *Lending*

1) Pembiayaan Mikro

Pembiayaan mikro memiliki 3 produk, yaitu mikro 25 iB dengan plafond 5-25 juta, mikro 75 iB dengan plafond 5-75 juta dan mikro 500 iB dengan plafond >75-500 juta. Tujuan pembiayaan mikro adalah untuk modal kerja dan investasi. Pembiayaan mikro menggunakan akad murabahah.⁹²

2) KUR Mikro iB

KUR Mikro iB merupakan Kredit Usaha Rakyat bagi nasabah perorangan dengan pembiayaan hanya sampai dengan Rp 25 juta. Persyaratan calon debitur KUR mikro iB, yaitu:

a) Individu (perorangan) yang melakukan usaha produktif dan layak.

b) Telah melakukan usaha secara aktif minimal 6 bulan.

c) Persyaratan administrasi: identitas berupa E-KTP, KK dan surat ijin usaha.⁹³

3) KKB BRISyariah iB

KKB BRISyariah iB (Kepemilikan Kendaraan Bermotor) merupakan pembiayaan untuk tujuan pembelian mobil baru,

⁹¹ www.brisyariah.co.id diunduh pada 15 Februari 2017.

⁹² www.brisyariah.co.id diunduh pada 15 Februari 2017.

⁹³ www.brisyariah.co.id diunduh pada 15 Februari 2017.

pembelian mobil *second* dan *take over*/pengalihan pembiayaan kkb dari lembaga pembiayaan lain.⁹⁴

4) KPR BRISyariah iB

Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) merupakan pembiayaan kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip jual beli (Murabahah) atau prinsip sewa menyewa (Ijarah), dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan.⁹⁵

5) KMG BRISyariah iB

KMG BRISyariah iB merupakan salah satu produk untuk memenuhi kebutuhan karyawan, khususnya karyawan dari perusahaan yang bekerjasama dengan PT. Bank BRISyariah dalam Program Kesejahteraan Karyawan, dimana produk ini dipergunakan untuk berbagai keperluan karyawan dan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas karyawan Program Kesejahteraan Karyawan.⁹⁶

6) Pembiayaan Umrah BRISyariah iB

Pembiayaan Umrah BRISyariah iB merupakan pembiayaan untuk merealisasikan niat beribadah ke *Baitullah* melalui ibadah Umrah dengan mudah, tenang,

⁹⁴ www.brisyariah.co.id diunduh pada 15 Februari 2017.

⁹⁵ www.brisyariah.co.id diunduh pada 15 Februari 2017.

⁹⁶ www.brisyariah.co.id diunduh pada 15 Februari 2017.

nyaman dan berkah karena sesuai syariah. Pembiayaan Umrah *flexible* dengan pilihan jangka waktu sesuai kemampuan hingga 36 bulan dan dapat diangsur setelah nasabah selesai menyempurnakan ibadah Umrah.⁹⁷

B. Strategi Pemasaran Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya

1. Tabungan Faedah BRISyariah iB

a. Pengertian dan Fasilitas/Keunggulan

Tabungan Faedah BRISyariah iB merupakan salah satu produk tabungan dari BRISyariah yang menggunakan prinsip titipan/*wadiah yad dhamanah*.⁹⁸ Di mana tabungan *wadiah yad dhamanah* ini harta yang ditiptkan oleh penitip, dalam hal ini adalah nasabah, boleh dimanfaatkan atau dikelola oleh penerima titipan, dalam hal ini adalah bank syariah.⁹⁹

Tabungan Faedah mempunyai fasilitas/keunggulan yang dapat dimanfaatkan oleh nasabahnya. Fasilitas/keunggulan dari Tabungan Faedah antara lain, dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor dan elektronik BRISyariah secara *online* dan *realtime*, dapat diberikan bonus sesuai kebijakan bank, dapat dilakukan pemotongan zakat secara otomatis dari bonus yang diterima, beragam FAEDAH (Fasilitas Serba Mudah), diantaranya yaitu:

⁹⁷ www.brisyariah.co.id diunduh pada 15 Februari 2017.

⁹⁸ Hasil wawancara dengan *Branch Operational Supervisor* (BOS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

⁹⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 148.

- 1) Ringan setoran awal, yaitu sebesar Rp 100.000,-
- 2) Langsung mendapat kartu ATM.
- 3) Gratis biaya administrasi bulanan tabungan dan kartu ATM.
- 4) Saldo minimum yaitu sebesar Rp 50.000,-. Jika saldo dibawah minimum, maka dikenakan biaya administrasi sebesar Rp 12.500,- per bulan.
- 5) Jika saldo sebelum transaksi di jaringan ATM Bank BRI, Bersama, ATM Prima dan Debit Prima \geq Rp 500.000,- maka mendapat subsidi 50%. Jika sebelum transaksi saldo kurang dari Rp 500.000,- maka dikenakan tarif normal.¹⁰⁰

Dengan kartu ATM BRISyariah, dapat dengan mudah melakukan beragam transaksi perbankan di ATM BRISyariah serta di puluhan ribu jaringan ATM BRI, ATM Bersama maupun ATM Prima di seluruh Indonesia. Berbagai layanan perbankan yang dapat dilakukan melalui mesin ATM BRISyariah, yaitu:

- 1) Informasi saldo.
- 2) Tarik tunai.
- 3) Ganti pin.
- 4) Transfer ke rekening BRISyariah maupun bank lain.
- 5) Pembayaran tagihan.
- 6) Pembayaran pembelian.
- 7) Pembayaran zakat, infaq, shadaqah, wakaf dan qurban.

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

8) Pembayaran uang sekolah (SPP).¹⁰¹

Selain itu, kartu ATM BRISyariah juga berfungsi sebagai kartu debit untuk berbelanja tanpa menggunakan uang tunai diseluruh *merchant* berlogo Debit BRI dan Prima. Tabungan Faedah juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas *e-channel* berupa SMS Banking, Mobile Banking dan Internet Banking.¹⁰²

b. Syarat dan Ketentuan

Syarat dan ketentuan untuk pembukaan rekening Tabungan Faedah sangatlah mudah, yaitu hanya perlu membawa KTP yang masih berlaku, dan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Jika KTP tidak sesuai atau tidak mempunyai NPWP, maka mengisi surat pernyataan. Selain itu, syarat pembukaan rekening Tabungan Faedah untuk anak di bawah umur atau yang belum mempunyai KTP yaitu, membawa KTP orang tua/wali, akte kelahiran anak dan kartu keluarga.¹⁰³

2. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah BRISyariah iB

Sebelum mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Faedah di BRISyariah KCP Bandar Jaya, diperlukan lebih dahulu mengenali pasar. Karena, mengenali pasar merupakan tahap pertama dalam pemasaran. Selain itu, dengan mengenali pasar, dapat mengetahui potensi konsumen dan mengetahui kebutuhannya. Cara mengenali pasar

¹⁰¹ Dokumentasi berupa brosur dari BRISyariah.

¹⁰² Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

¹⁰³ Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

yaitu dapat dilakukan dengan melihat, mengikuti perkembangan pasar dan membandingkan produk lain dengan produk sendiri.¹⁰⁴

Selanjutnya, strategi pemasaran produk Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya dianalisa dan diimplementasikan dari tujuh hal, yang saat ini dikenal dengan 7P yaitu, *place* (tempat), *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *people* (partisipan), *process* (proses) dan *physical evidence* (lingkungan fisik), yang dijabarkan sebagai berikut:

a. *Place* (Tempat)

Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan. Oleh karena itu, BRISyariah KCP Bandar Jaya memilih tempat di pusat bisnis Bandar Jaya, tepatnya di Jalan Proklamator Raya No. 112 Bandar Jaya, Kec. Terbanggi Besar, Kab. Lampung Tengah. Pemilihan lokasi ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya:

- 1) Jalan Proklamator merupakan jalan utama pusat kota di Bandar Jaya.
- 2) Aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

¹⁰⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2005), h. 223.

- 3) Tepat berada di depan jalan raya, sehingga keberadaan kantor mudah dilihat oleh nasabah dan calon nasabah.
- 4) Dekat dengan pusat perbelanjaan di Bandar jaya.¹⁰⁵

b. *Product* (Produk)

Karena tujuan utama dari prinsip perbankan syariah adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank umum atau konvensional, perbedaan utama terletak pada akad dan prinsip syariahnya.

Salah satu produk tabungan yang ditawarkan dan dijadikan sebagai strategi guna bersaing dengan bank pada umumnya, BRISyariah mempersembahkan produk unggulannya bagi yang menginginkan kemudahan dalam transaksi keuangan. Produk tersebut adalah Tabungan Faedah. Faedah merupakan singkatan dari fasilitas serba mudah. Jadi, Tabungan Faedah yaitu tabungan yang memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi keuangan.¹⁰⁶

Keunggulan dari Tabungan Faedah diantaranya, ringan setoran awal, gratis biaya administrasi bulanan tabungan & diberikan kartu ATM. Dengan kartu ATM BRISyariah, dapat dengan mudah melakukan beragam transaksi perbankan di ATM BRISyariah serta di puluhan ribu jaringan ATM BRI, ATM Bersama maupun ATM

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu (Pincapem) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan *Branch Operational Supervisor* (BOS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

Prima di seluruh Indonesia. Berbagai layanan perbankan yang dapat dilakukan melalui mesin ATM BRISyariah, yaitu informasi saldo, tarik tunai, ganti pin, transfer ke rekening BRISyariah maupun bank lain, pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, internet speedy dan lain-lain, pembayaran pembelian seperti telco Prabayar dan lain-lain, pembayaran zakat, infaq, shadaqah, wakaf dan qurban, serta pembayaran uang sekolah (SPP).¹⁰⁷

Guna menjaga kualitas produk dari segi pelayanan maupun kepuasan pelanggan, BRISyariah juga menyiapkan sistem manajemen produk, dimana sistem manajemen ini adalah otoritas penuh dari BRISyariah pusat. Oleh karena itu, BRISyariah cabang maupun cabang pembantu hanya menyesuaikan kebijakan dari pusat. Sehingga, mutu dan kualitas merk tetap terjaga.¹⁰⁸

c. *Price* (Harga)

Penentuan harga jual baik berupa akad maupun minimal setoran awal, saldo minimal mengendap serta biaya-biaya yang berkaitan dengan produk Tabungan Faedah, ditentukan oleh BRISyariah pusat. Jadi, sama halnya dengan penentuan produk yang ditawarkan, BRISyariah cabang maupun cabang pembantu hanya menyesuaikan kebijakan dari pusat.¹⁰⁹

¹⁰⁷ Dokumentasi berupa brosur dari BRISyariah.

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu (Pincapem) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu (Pincapem) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

Strategi BRISyariah dalam menentukan biaya administrasi pada produk Tabungan Faedah sangat kompetitif. Sehingga, jika dibandingkan dengan bank kompetitor, BRISyariah memiliki biaya administrasi yang sangat terjangkau khususnya untuk kalangan masyarakat bawah. Karena, persaingan dunia perbankan khususnya perbankan syariah cukup tinggi dan merupakan suatu *trend*. Seperti pada Tabungan Faedah BRISyariah iB dengan setoran awal minimal Rp100.000,- saldo minimal sebesar Rp50.000,- Jika saldo sebelum transaksi di jaringan ATM Bank BRI, Bersama, ATM Prima dan Debit Prima \geq Rp 500.000,- maka mendapat subsidi 50%. Jika sebelum transaksi saldo kurang dari Rp 500.000,- maka dikenakan tarif normal.¹¹⁰

Minimal setoran awal, minimal saldo mengendap dan biaya-biaya administrasi ini sudah termasuk yang murah dan dapat bersaing dengan bank pada umumnya.

d. *Promotion* (Promosi)

Produk Tabungan Faedah BRISyariah diperkenalkan kepada masyarakat umum dan khususnya masyarakat Bandar Jaya serta sekitarnya, yaitu menggunakan beberapa metode promosi, yaitu:

- 1) *Personal selling* (penjualan pribadi), yaitu menawarkan dan memberikan pemahaman langsung kepada calon nasabah yang

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

ingin membuka rekening Tabungan Faedah, baik oleh *customer service* (CS) atau pun oleh Account Officer (AO).¹¹¹

- 2) *Sales promotion* (promosi penjualan), yaitu dilakukan dengan memberikan subsidi 50% untuk transaksi di jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima jika sebelum transaksi, saldo \geq Rp 500.000,-.
- 3) *Advertising* (periklanan), yaitu dilakukan dengan penyebaran brosur, pemasangan banner, adanya website BRISyariah, yaitu www.brisyariah.co.id yang memuat tentang BRISyariah mulai dari produk, keunggulan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan BRISyariah.
- 4) *Publicity* (publisitas), pada BRISyariah KCP Bandar Jaya tidak melakukan promosi melalui publisitas, karena manajemen ini otoritas penuh dari kantor pusat.¹¹²

Promosi merupakan salah satu hal yang penting dalam pemasaran. Oleh karena itu, promosi yang juga dilakukan oleh BRISyariah KCP Bandar Jaya guna memperkenalkan produk-produknya, khususnya Tabungan Faedah, yaitu antara lain dengan melakukan pemasaran produk Tabungan Faedah melalui *Account Officer Micro* (AOM).

Pemasaran produk Tabungan Faedah juga dilakukan oleh para AOM BRISyariah KCP Bandar Jaya. Meskipun target utama pemasaran mereka adalah produk *lending*, yaitu pembiayaan mikro.

¹¹¹ Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

¹¹² Hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu (Pincapem) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

Namun, berdasarkan wawancara, para AOM juga mempunyai target *funding*, yaitu Tabungan Faedah.¹¹³

Strategi yang dilakukan dalam pemasaran produk Tabungan Faedah melalui AOM yaitu, dengan mewajibkan setiap nasabah pembiayaan mikro untuk membuka rekening Tabungan Faedah. Karena, meskipun dalam pembiayaan mikro juga diharuskan membuka rekening Tabungan Mikro, namun rekening tabungan tersebut hanya dipergunakan khusus untuk pembayaran angsuran.

Jadi, agar nasabah pembiayaan tersebut dapat dengan mudah mengakses atau bertransaksi mengenai keuangannya, maka disarankan atau bahkan diwajibkan untuk membuka rekening Tabungan Faedah. Dengan begitu, secara tidak langsung hal tersebut akan menjadi promosi untuk memperkenalkan produk Tabungan Faedah. Sehingga, diharapkan nasabah Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya akan meningkat.¹¹⁴

e. *People* (Partisipan)

Partisipan yang dimaksud di sini adalah karyawan bank BRISyariah KCP Bandar Jaya. Strategi yang dilakukan dari keunggulan produk Tabungan Faedah, harus juga didukung oleh karyawan BRISyariah KCP Bandar Jaya, terutama oleh *front liner*.

¹¹³ Hasil wawancara dengan *Account Officer Micro* (AOM) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

¹¹⁴ Hasil wawancara dengan *Account Officer Micro* (AOM) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

Karena, *front liner* merupakan karyawan bank yang berhadapan langsung dengan nasabah maupun calon nasabah.

Front liner diharuskan mempunyai sikap yang baik terhadap nasabah maupun calon nasabah serta mempunyai pengetahuan yang cukup. Sehingga, dapat memberikan penjelasan dan pemahaman kepada nasabah maupun calon nasabah yang akan dipadu dengan sistem pelayanan yang ada. Selain CS dan *teller, security* juga dapat melakukan *cross selling* tentang produk-produk BRISyariah KCP Bandar Jaya, khususnya produk Tabungan Faedah BRISyariah iB.¹¹⁵

f. *Process* (Proses)

BRISyariah KCP Bandar Jaya selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada para nasabahnya. Para karyawan khususnya *front liner* diwajibkan untuk melakukan yang disebut dengan 3s, yaitu salam, senyum dan sapa. Pelayanan yang memuaskan nasabah ini akan menjadi promosi yang efektif bagi bank, karena nasabah tersebut dapat menyampaikan kepada keluarga, kerabat, teman, dan orang lain mengenai pelayanan yang unggul. Dengan begitu, diharapkan citra BRISyariah KCP Bandar Jaya akan semakin meningkat serta lebih banyak yang memilih untuk membuka rekening Tabungan Faedah BRISyariah maupun produk yang lain.¹¹⁶

¹¹⁵ Hasil wawancara dengan *Branch Operational Supervisor* (BOS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

¹¹⁶ Hasil wawancara dengan *Branch Operational Supervisor* (BOS) BRISyariah KCP Bandar Jaya.

g. *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik)

Selain dari pemilihan lokasi yang tepat, BRISyariah KCP Bandar Jaya juga mendesain kantor tempat bertransaksi secara langsung dengan nasabah sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman, yaitu dengan konsep modern minimalis. Hal ini terlihat dari desain ruangan yang sederhana, namun membawa nuansa nyaman dan modern. Sehingga, dengan begitu diharapkan nasabah merasa nyaman dengan situasi dan kondisi kantor yang bersih dan modern.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan sudah cukup efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya. Diantara strategi yang telah dijalankan BRISyariah KCP Bandar Jaya yaitu, diimplementasikan menggunakan analisa 7P: *Place* (tempat), lokasi kantor BRISyariah KCP Bandar Jaya, yaitu terletak di Jalan Proklamator Raya No. 112 Bandar Jaya, Kec. Terbanggi Besar, Kab. Lampung Tengah. Pemilihan lokasi tersebut sudah cukup strategis karena, terletak di depan jalan utama Bandar Jaya dan dekat dengan pusat perbelanjaan atau pasar.

Product (produk), Tabungan Faedah merupakan salah satu produk tabungan di BRISyariah yang memiliki keunggulan diantaranya, ringan setoran awal, gratis biaya administrasi bulanan tabungan & langsung diberikan kartu ATM.

Price (harga), strategi BRISyariah dalam menentukan biaya administrasi pada produk Tabungan Faedah sangat kompetitif. BRISyariah memiliki biaya administrasi yang sangat terjangkau yaitu, setoran awal minimal Rp100.000,- dan saldo minimal sebesar Rp50.000,-. Minimal setoran awal dan minimal saldo mengendap ini sudah termasuk yang murah dan dapat bersaing dengan bank pada umumnya.

Promotion (promosi), Tabungan Faedah BRISyariah diperkenalkan kepada masyarakat umum dan khususnya masyarakat Bandar Jaya serta

sekitarnya, yaitu dengan menggunakan beberapa metode promosi yaitu, *Personal selling* (penjualan pribadi), *Sales promotion* (promosi penjualan), dan *Advertising* (periklanan). Selain itu, pemasaran produk Tabungan Faedah juga dilakukan melalui *Account Officer Micro* (AOM).

People (Partisipan), *Front liner* diharuskan mempunyai sikap yang baik terhadap nasabah maupun calon nasabah serta mempunyai pengetahuan yang cukup. Sehingga, dapat memberikan penjelasan dan pemahaman kepada nasabah maupun calon nasabah yang akan dipadu dengan sistem pelayanan yang ada.

Process (Proses), BRISyariah KCP Bandar Jaya selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada para nasabahnya. Para karyawan khususnya *front liner* diwajibkan untuk melakukan yang disebut dengan 3s, yaitu salam, senyum dan sapa.

Physical Evidence (Lingkungan Fisik), BRISyariah KCP Bandar Jaya mendesain kantor tempat bertransaksi secara langsung dengan nasabah sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman, yaitu dengan konsep modern minimalis.

Dengan strategi tersebut diharapkan jumlah nasabah Tabungan Faedah BRISyariah KCP Bandar Jaya akan terus meningkat setiap tahunnya.

B. SARAN

Setelah melakukan penelitian terhadap strategi pemasaran produk Tabungan Faedah di BRISyariah KCP Bandar Jaya, maka peneliti memberikan saran kepada Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya dan peneliti lain yang akan menjadikan penelitian ini sebagai rujukan.

1. Bagi Bank BRISyariah KCP Bandar Jaya

Selalu melakukan inovasi terhadap produk yang di keluarkan agar dapat terus menarik nasabah yang akan menjadi investor sehingga jumlah nasabah yang bergabung akan semakin bertambah. Selain itu, harus lebih meningkatkan edukasi kepada masyarakat untuk menjelaskan dan memberikan pemahaman tentang produk perbankan syariah.

2. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian tentang strategi pemasaran produk tabungan, hendaknya lebih mengembangkan penelitiannya dalam mendeskripsikan strategi pemasaran yang dijalankan secara efektif oleh suatu lembaga keuangan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Adiwarman A. Karim. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Eds. 4. Cet. 7. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- , *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Eds. 3. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009.
- , *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Eds. 5. Cet. 9. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013. Andri Soemitra. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Eds. 1. Cet. 4. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Buchari Alma dan Donni Juni .P. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Eds. 2. Jakarta: Kencana, 2005.
- Irham Fahmi. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Khaerul Umam. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2005.
- , *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Nana Herdiana Abdurrahman. *Manajenen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.

- Rachmadi Usman. *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Ratih Hurriyati. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Rizal Yaya, Aji Erlangga M, dan Ahim Andurahim. *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- , *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sumadi Suryabrata. *Metodologi Penelitian*. Eds. 2. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Sumar'in. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Suraya Murcitaningrum. *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Prudent Media, 2013.
- Uhar Suharsaputra. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama, 2012.
- Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin. *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Zainuddin Ali. *Hukum Perbankan Syariah*. Eds. 1. cet.1. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Brosur Tabungan Faedah BRISyariah iB.
- www.brisyariah.co.id

RIWAYAT HIDUP



Lutfi Indah Nurmalasari dilahirkan di Lampung Tengah pada tanggal 5 Mei 1996, anak pertama dari pasangan Bapak Sudiyono dan Ibu Siti Maisaroh.

Pendidikan dasar penulis ditempuh di SD Negeri 1 Sidokerto Kecamatan Bumi Ratu Nuban dan selesai pada tahun 2008, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Trimurjo, dan selesai pada tahun 2011. Sedangkan pendidikan Menengah Atas pada SMA Negeri 2 Metro, dan selesai pada tahun 2014, kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Jurusan D-III Perbankan Syariah dimulai pada semester 1 Tahun Ajaran 2014/2015.