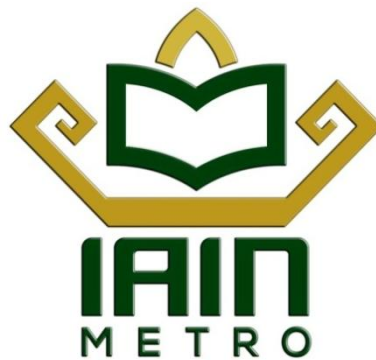


TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MURABAHAH* PADA BANK SYARIAH RAJASA LAMPUNG TENGAH KANTOR KAS KALIREJO

Oleh:

**NONI FITRIA HERLIN
NPM. 1602080037**



**Program D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK *MURABAHAH* PADA
BANK SYARIAH RAJASA LAMPUNG TENGAH
KANTOR KAS KALIREJO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)

Oleh:

NONI FITRIA HERLIN
NPM. 1602080037

Pembimbing Tugas Akhir: Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

Program D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul TA : STRATEGI PEMASARAN PRODUK MURABAHAH PADA
BANK SYARIAH RAJASA LAMPUNG TENGAH
KANTOR KAS KALIREJO

Nama : NONI FITRIA HERLIN

NPM : 1602080037

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : D3 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

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

Metro, Desember 2019.
Pembimbing,



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



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725)4507, Fax.(0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

No: 3687 / (n-28-3 / D) / PP-00-9 / 12 / 2019

Tugas Akhir dengan judul : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK MURABAHAH PADA BANK SYARIAH RAJASA LAMPUNG TENGAH KANTOR KAS KALIREJO** disusun oleh Nama : Noni Fitria Herlin, NPM : 160208007, Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah, telah diujikan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Pada hari/tanggal: Selasa/ 17 Desember 2019

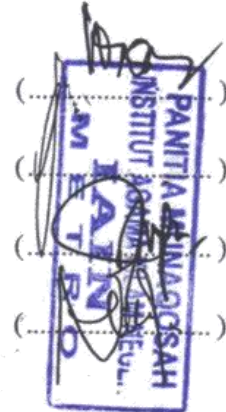
TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua/Moderator : Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

Penguji 1 : Dr. H. Azmi Sirajuddin, Lc., M.Hum

Penguji 2 : M. Hanafi Zuardi, M.S.I

Sekretaris : Nurul Mahmudah, M.H



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK MURABAHAH PADA BANK SYARIAH RAJASA LAMPUNG TENGAH KANTOR KAS KALIREJO

Oleh:

NONI FITRIA HERLIN
NPM. 1602080037

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk *murabahah* yang dilakukan oleh Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo, dan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh Bank Syariah Rajasa.

Metode penelitian ini peneliti mengajukan asumsi bahwa sikap seseorang dapat diukur dalam menggunakan skala sikap. Sumber data yang peneliti gunakan ada dua yaitu sumber data primer dalam penelitian ini yaitu wawancara kepada kepala kantor kas Bapak Tri Wijayatmo dan Bapak Khusaeri Ahmad sebagai *Marketing/AO*. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, dokumentasi, dan observasi untuk meneliti tentang strategi pemasaran produk *Murabahah* yang ada di dalam Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dengan cara berfikir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah menggunakan strategi pemasaran produk *murabahah* yang paling tepat sehingga mampu menangani persaingan dengan menggunakan pasar target atau sasaran, marketing mix (bauran pemasaran). Meskipun sudah menggunakan strategi pemasaran yang tepat tetapi masih ditemukannya masalah yang terjadi di Bank Syariah Rajasa yaitu kurangnya SDM (sumber daya manusia) yang kompeten, alasan efisiensi biaya dan tenaga pemasar Bank Syariah Rajasa bagian pemasarannya memiliki *multype role* atau peran ganda dan ketetapan sistem dari pusat yang ketat seperti beberapa ketentuan yang dibuat oleh pusat kadang susah diaplikasikan oleh kantor cabang.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NONI FITRIA HERLIN
NPM : 1602080037
Program : D3 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Desember 2019
Yang Menyatakan,


Noni Fitria Herlin
NPM. 1602080037

MOTTO

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S. Ali Imran: 159)¹

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

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini peneliti persembahkan kepada kedua orang tua saya terkasih (Bapak Suharlan dan Ibu Nursyaifa) yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, ridho dan cinta kasih yang tiada terhingga. Terimakasih atas semua keikhlasan, pengorbanan serta jerih payah dalam mencukupi kebutuhan penulis selama ini. Terimakasih banyak telah mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar dan tepat waktu. Semoga ini menjadi awal untuk keberhasilan penulis serta dapat membahagiakan keluarga.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya, tidak lupa salawat serta salam kita jujungkan kepada nabi agung Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo. Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat guna menyelesaikan pendidikan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

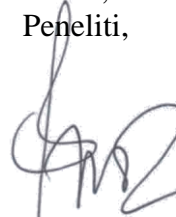
Penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Ahli Madya (Amd). Penulis sangat menyadari sepenuhnya bahwa selama proses penyusunan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dorongan serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektorat IAIN Metro.
2. Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro sekaligus Pembimbing Tugas Akhir.
3. Drs. H. M. Saleh, M.A sebagai PLT Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam
4. Tri Wijayatmo selaku Kepala Kantor Kas Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo dan Bapak Ahmad Khusaeri sebagai marketing/AO yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian sehingga melancarkan peneliti dalam mengumpulkan data.
5. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian tugas akhir ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran. Berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dalam memahami strategi pemasaran produk murabahah.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Desember2019
Peneliti,



Noni Fitria Herlin
NPM. 1602080037

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Metode Penelitian	6
1. Jenis dan Sifat Penelitian	6
2. Sumber Data	7
3. Teknik Pengumpulan Data	8
4. Teknik Analisis Data	10
E. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Pemasaran.....	13
1. Pengertian Strategi.....	13
2. Tujuan Strategi Pemasaran	15
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>)	15

B. <i>Murabahah</i>	20
1. Pengertian Produk <i>Bai' al-Murabahah</i>	20
2. Dasar Hukum <i>Murabahah</i>	21
3. Rukun dan Syarat <i>Murabahah</i>	21
4. Skema Transaksi.....	23
BAB III PEMBAHASAN.....	26
A. Gambaran Umum Bank	26
1. Sejarah BPR Syariah Rajasa Lampung Tengah	26
2. Profil Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo	26
3. Visi dan Misi Bank Syariah Rajasa	27
4. Struktur Organisasi Bank Syariah Rajasa.....	28
B. Strategi Pemasaran Produk <i>Murabahah</i> pada Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah	46
BAB IV PENUTUP	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1. Struktur Organisasi Bank Syariah Rajasa.....	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Skema Pembiayaan Murabahah.....	24
3.1 Skema Transaksi Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah	42

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Alat Pengumpulan Data
3. Kartu Konsultasi Bimbingan
4. Brosur-Brosur
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah merupakan suatu sarana yang menjunjung dalam rangka pembangunan ekonomi, serta memiliki peran yang signifikan dalam perkembangan perekonomian nasional. Hal tersebut disebabkan oleh fungsi utama lembaga keuangan syariah sebagai lembaga intermediasi antara shaibbul maal (pemilik dana) dengan mudharib (yang membutuhkan dana), yaitu dengan cara menghimpun dana menyalur dan dari masyarakat secara efektif untuk mencapai tujuan pembangunan nasional.

Sebagai salah satu lembaga *keuangan syariah* yang bersentuhan dengan masyarakat kecil yang serba cukup ilmu pengetahuan atau materi, Bank *syariah* mempunyai tugas penting dalam segala aspek kehidupan masyarakat dalam usaha menyalurkan usaha pembiayaan kepada nasabah, agar usaha yang dilakukan berkembang dan mendapatkan keuntungan dalam melaksanakan seluruh sistem operasional. Karyawan merupakan bagian yang penting di suatu lembaga keuangan, maju mundurnya operasional Bank *syariah* ditentukan oleh aktivitas kerja karyawan, terutama bidang pemasaran.

Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi berperan penting pada era global dan perdagangan bebas saat ini, ketika persaingan semakin hebat. Untuk meraih keunggulan yang dalam

persaingan diperlukan strategi yang andal.¹ Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa strategi berperan dalam mencapai suatu tujuan, baik tujuan jangka pendek, tujuan jangka menengah, maupun tujuan jangka panjang.

Menurut Philip dan Duncan menyatakan bahwa pemasaran meliputi semua langkah yang digunakan atau dipergunakan untuk menempatkan barang-barang nyata ke tangan konsumen.² Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa pemasaran itu timbul karena adanya suatu proses kegiatan usaha untuk mengenali konsumen kepada produk-produk yang dihasilkan dari suatu perusahaan tersebut, dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, sehingga perusahaan tersebut dapat dikenali oleh masyarakat luas, adapun perusahaan dapat mencapai target dan dapat berkembang dengan pesat. Kegiatan pemasaran bank syariah selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi positif maupun usaha-usaha sosial.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi sangat penting dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu yang semakin meningkat. Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu bank memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut konsumen terutama

¹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2015), 197-198

² Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 26

untuk produk baru yang diluncurkan, sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Strategi pemasaran harus lebih diperhatikan oleh bank *syariah* adalah memotivasi karyawan untuk lebih meningkatkan kinerjanya di bidang pemasaran, dan menarik minat nasabah dalam menggunakan produk-produk yang ada di Bank *syariah* tersebut. Dalam sistem pemasaran dapat dilakukan dengan melalui media cetak, elektronik maupun secara langsung agar target pemasaran tercapai.

Pengertian produk *murabahah* adalah jual-beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah. Dalam *murabahah*, penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atas laba dalam jumlah tertentu.³ Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa produk *murabahah* adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Hal yang membedakan *murabahah* dengan jual beli lainnya adalah penjual harus memberitahukan kepada pembeli harga barang pokok yang dijualnya serta jumlah keuntungan yang diperoleh.

Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo menyediakan layanan pembiayaan untuk modal kerja, investasi maupun konsumtif yang di kelola secara syariah sehingga lebih menentramkan karena terhindar dari transaksi

³ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2013), 71

ribawi dan berlandaskan pada prinsip keadilan. Produk-produk pembiayaan Bank Syariah Rajasa sebagai berikut: pembiayaan sertifikasi guru (akad *al murabahah* & multijasa), pembiayaan sisa gaji PNS (akad *al murabahah* & multijasa), pembiayaan pengurusan porsi ibadah haji (akad multijasa & *qard*), pembiayaan sektor usaha mikro kecil (akad *al murabahah*, multijasa & *musyarakah*). Salah satu produk pembiayaan yang paling banyak diminati oleh Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo yaitu pembiayaan *murabahah*, produk ini paling banyak diminati oleh nasabah.

Strategi pemasaran produk *murabahah* pada Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo menggunakan strategi pasar sasaran dan *marketing mix* (bauran pemasaran). Strategi yang diterapkan pada Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan segmentasi pasar dan sasaran yang dituju. Hal tersebut dianalisa dan diimplementasikan dari empat hal, yang dikenal dengan (4P) *product, price, place, promotion*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik membahas lebih dalam mengenai Strategi Pemasaran Produk *Murabahah* Pada Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo.

Observasi di lakukan di Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo di dapatkan data melalui wawancara bahwa masih kurangnya sumber daya manusia (SDM) pemasaran yang kompeten, pemasaran tidak mencapai dari

target yang diharapkan.⁴ Kurangnya SDM pemasaran ini disebabkan beberapa hal antara lain tenaga pemasar di Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo kurang maksimal,⁵ dan alasan efisiensi biaya dan tenaga pemasaran memiliki *multype role* atau peran ganda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini yaitu: “Bagaimana strategi pemasaran produk *murabahah* di Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sesuatu hal yang ingin dicapai oleh penelitian yang nantinya diuraikan dalam pembahasan hasil atau temuan penelitian. Pencantuman tujuan penelitian dimaksudkan agar peneliti senantiasa bergerak sesuai tujuan tersebut.⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk *murabahah* di Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

⁴ Wawancara dengan Bapak Tri Wijayatmo, Kepala Kantor Bank Syariah Rajasa, 20 Juni 2019

⁵ Ahmad Khusaeri, Marketing/AO Bank Syariah Rajasa Kalirejo, wawancara, 20 Juni 2019

⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2011), 253

Secara Teoritis diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi pengetahuan dan menambah wawasan tentang strategi pemasaran produk *murabahah*.

b. Secara Praktis

Secara Praktis hasil penelitian ini menjadi masukan bagi pengelola Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo dalam Strategi Pemasaran Produk *Murabahah*.

D. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian. Misalnya, peneliti mengajukan asumsi bahwa sikap seseorang dapat diukur dengan menggunakan skala sikap. Dalam hal ini, ia tidak perlu membuktikan kebenaran hal yang diasumsikannya itu, tetapi dapat langsung memanfaatkan hasil pengukuran sikap yang diperolehnya.⁷

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), penelitian lapangan ini yang bertujuan mempelajari secara intensif latar belakang serta keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada gejala-gejala social.⁸ Dalam hal ini peneliti mengadakan penelitian di Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo.

⁷ *Ibid.*, 254-255

⁸ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Alumi, 19886), 32

b. Sifat Penelitian

Menggambarkan sifat sesuatu yang langsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Artinya penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, peneliti fokus kepada usaha mengungkapkan tentang Strategi Pemasaran Produk *Murabahah* pada Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo.

2. Sumber Data

Sumber data ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data skunder. Sumber primer adalah sumber-sumber yang memberikan data langsung dari tangan pertama, dan sumber yang mengutip dari sumber lain disebut sumber sekunder. Yang penting dalam metode penyelidikan ini ialah sumber primer, sumber sekunder dapat dipakai hanya apabila sumber primer tak dapat diperoleh.⁹ Sementara pengumpulan data primer secara aktif dapat dilakukan dengan cara wawancara personal, wawancara lewat telfon, wawancara lewat computer (e-mail).¹⁰

- b. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu wawancara kepada kepala kantor kas dan salah satu karyawan Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo Bapak Tri Wijayatmo sebagai kepala kantor kas dan Bapak Khusaeri sebagai *marketing/AO*.
- c. Sumber data skunder yang peneliti gunakan sumber data sekunder eksternal adalah data sekunder yang dikumpulkan oleh sumber-sumber

⁹ Winarno Surakhmad, *Dasar dan Tehnik Research*, (Bandung: Tarsito, 2006), 125

¹⁰ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 105

diluar organisasi, diantaranya berupa publikasi pemerintah (misalnya laporan dari BPS, Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Departemen Keuangan, Bank Indonesia, dan sebagainya), buku dan majalah (termasuk jurnal, bulletin dan bentuk-bentuk lainnya), CD-ROM, internet dan data komersial (data yang dijual oleh agen atau lembaga penelitian swasta).¹¹Sumber data sekunder yang peneliti gunakan berasal dari buku-buku yang membahas tentang strategi pemasaran dan produk lembaga keuangan *syariah*.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian tersebut. Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah metode wawancara, dokumentasi dan observasi untuk meneliti tentang strategi pemasaran produk *Murabahah* yang ada di dalam Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo.

a. Wawancara

Wawancara adalah 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. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu *pewawancara (interviewe)* yang mengajukan pertanyaan dan

¹¹ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 108

wawancara disebut (*interviewe*).¹² Cara yang dilakukan peneliti adalah dengan wawancara bebas terpimpin, karena untuk menghindari pembicaraan yang menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti. Pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan di siapkan terlebih dahulu, kemudian diarahkan kepada topik yang akan digarap, untuk dilakukan wawancara. Mengenai hal ini peneliti mengajukan pertanyaan kepada bapak Tri Wijayatmo sebagai kepala kantor kas dan Bapak Ahmad Khusaeri sebagai Marketing/AO di Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran produk *murabahah* tersebut.

b. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya.¹³ Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.¹⁴

Dokumentasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini antara lain berupa struktur organisasi Bank Syariah Rajasa, visi dan misi, serta dokumen yang berupa profil-profil produk pembiayaan yang ada di Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo.

¹² Abdurrahmat Fathoni, *Metodelogi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), 105

¹³ *Ibid.*, 112

¹⁴ Muhamad, *Metodologi Penelitian.*, 152-153

c. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.¹⁵ Observasi yang peneliti gunakan yaitu teknik observasi langsung, yakni teknik pengumpulan data yaitu penyelidik mengadakan pengamatan secara langsung (tanpa alat) terhadap gejala-gejala dan subyek yang diselidiki.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹⁶ Analisis data yang digunakan adalah analisa data kualitatif dengan cara berfikir induktif, karena data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan tingkah laku yang diobservasikan dari manusia.¹⁷

Cara berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.

¹⁵ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian.*, 104

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 244

¹⁷ Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 16.

Berdasarkan keterangan di atas, maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang telah diperoleh kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi mengenai strategi pemasaran produk *murabahah* pada bank syariah rajasa lampung tengah kantor kas kalirejo.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk *Murabahah* Pada Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo” yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan tentang teori-teori mengenai Pengertian strategi pemasaran dan pembiayaan *murabahah*. Strategi pemasaran meliputi pengertian strategi, pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, pengertian strategi pemasaran, dan bauran pemasaran (*marketing mix*). Sedangkan *murabahah* meliputi pengertian produk bai’ *al-murabahah*, dasar hukum *murabahah*, rukun dan syarat *murabahah*, dan skema transaksi *murabahah*.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum, sejarah dan perkembangan, visi dan misi, struktur organisasi, dan strategi pemasaran produk *murabahah* pada Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dapat disampaikan oleh peneliti dalam penelitian tugas akhir ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Memasarkan suatu produk diperlukan strategi supaya kita dapat memasarkan produk tersebut secara efektif dan efisien sehingga nantinya target dan tujuan dari pemasaran itu sendiri dapat tercapai. Strategi pemasaran ialah suatu rencana yang memungkinkan perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran terdiri dari dua unsur (1) seleksi dan analisis pasar sasaran dan (2) menciptakan dan menjaga kesesuaian bauran pemasaran, perpaduan antara produk, harga, distribusi dan promosi. Cravens dan Piercy menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan proses *market-driven* dari pengembangan strategi yang mempertimbangkan perubahan lingkungan dan kebutuhan untuk menawarkan *superior customer value*. Fokus strategi pemasaran adalah kinerja organisasi. Dalam hal ini, strategi pemasaran menghubungkan organisasi dengan lingkungan serta memandang pemasaran sebagai suatu fungsi yang memiliki tanggung jawab melebihi fungsi lain dalam keseluruhan

aktivitas bisnis. Proses strategi pemasaran meliputi empat tahapan, yaitu analisis situasi strategi, penyusunan strategi pemasaran, pengembangan program pemasaran, serta implementasi dan pengendalian strategi pemasaran.¹

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan dengan erat, yakni:

- a. Pasar target atau sasaran, yaitu suatu kelompok konsumen yang *homogeny*, yang merupakan “sasaran” perusahaan.
- b. Bauran pemasaran (*Marketing mix*), yaitu variable-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal. Kedua faktor ini berhubungan erat. Pasar sasaran merupakan suatu sasaran yang akandituju, sedangkan bauran pemasaran merupakan alat untuk menuju sasaran tersebut.²

Supriyono mengemukakan manfaat strategi pemasaran sebagai berikut:

- a. Memberikan tujuan dan arah perusahaan pada masa depan dengan jelas kepada semua karyawan.
- b. Membantu tugas para eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang beresiko.
- c. Memonitor segala sesuatu yang dikerjakan dan terjadi di dalam perusahaan, memberikan sumbangan terhadap kesuksesan perusahaan atau mengarah ke kegagalan.
- d. Memberikan informasi pada manajemen puncak dalam merumuskan tujuan akhir dan perusahaan dengan memerhatikan etika masyarakat dan lingkungannya
- e. Membantu praktik-praktik manajer.³

¹ Doni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 51

² Pandji Anoraga, *ManajemenBisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 230-231

³ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran.*, 198

2. Tujuan Strategi Pemasaran

Tujuan strategi pemasaran dapat dilihat untuk mencari keseimbangan pasar, antara pembeli dan penjual, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dari produsen ke konsumen dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen, menurut Kotler dan Keller tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sehingga nantinya produk yang kita ciptakan nantinya sesuai dengan keinginan pelanggan dan memiliki tingkat jual tinggi.

3. Bauran Pemasaran (*Marketing mix*)

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki dan konsep pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran).

Kotler memberikan definisi mengenai bauran pemasaran sebagai berikut: "Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran *factor* yang dapat dikendalikan *product, price, promotions, place* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran".⁴

⁴ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Index, 2009),

Sementara Saladin memberikan definisi “bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah serangkaian dari variable pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pemasaran”.⁵

Bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan dalam pasar sasaran.

Berikut ini dijelaskan secara singkat mengenai masing-masing unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) dari definisi yang dikemukakan oleh Phillip Kotler, antara lain sebagai berikut:

1) *Product* (produk)

Kepuasan-kepuasan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merk yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut, pembungkus, garansi, dan servis sesudah penjualan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dengan riset pasar. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka

⁵ Djalim Saladin, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, (Bandung: Linda Karya, 2003), 3

keputusan selanjutnya mengenai harga, distribusi, dan promosi dapat diambil.⁶

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti produk kendaraan bermotor, komputer, alat elektronik atau produk lainnya yang bersifat konkret merupakan contoh dari produk barang. Sementara produk jasa sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Ini hal penting dari pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Contoh dari produk jasa antara lain pelayanan kesehatan, pangkas rambut dan produk jasa lainnya. Produk yang ditawarkan perbankan adalah contoh dari produk jasa, sehingga pemasarannya yang digunakanpun adalah strategi pemasaran untuk produk jasa.⁷*Price* (harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antar lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut *mark-up* (berapa tingkat persentase penurunan harga), potongan harga termasuk sebagai macam bentuk dan besaran persentasenya, *mark-down* (berapa tingkat persentase penurunan harga), potongan harga termasuk

14-16 ⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Perbankan Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012),

⁷ *Ibid.*, 15

berbagai macam bentuk dan bersaran persentasenya, *bundling* (penjualan produk secara paket contohnya adalah penjualan kartu perdana *handphone* lengkap pada *hendphone-nya*, harga pada waktu-waktu tertentu, komisi yang diterima marketing, dan metode penetapan harga lainnya yang diinginkan oleh perusahaan terkait dengan kebijaksanaan strategi pemasaran.⁸

2) *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberi tahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas. Promosi disini terkait dengan besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut.⁹

3) *Place* (Tempat)

Perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu:

⁸ *Ibid.*, 15

⁹ *Ibid.*, 16

- a) Sistem transportasi perusahaan.
- b) Sistem penyimpanan.
- c) Pemilihan saluran distribusi.

Termasuk dalam sistem transportasi antara lain keputusan tentang memilih alat transportasi, penentuan jadwal pengiriman, rute yang harus ditempuh dan seterusnya. Dalam sistem penyimpanan, harus menentukan letak gedung baik untuk penyimpanan bahan baku maupun lokasi untuk penyimpanan barang jadi, jenis peralatan yang digunakan untuk mengenai material maupun peralatan lainnya.

Bagi perbankan, pemilihan lokasi (tempat) sangat penting, dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakan kartu ATM, bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju berikut sesuai dengan *core business* dari perusahaan. Misalkan perbankan yang fokus pada korporat, maka harus membuka kantor perwakilannya pada lokasi-lokasi yang banyak ditempati perusahaan agar sesuai dengan tujuan perusahaan tersebut. Janganlah suatu perbankan yang fokus pada korporat namun merambah membuka kantor perwakilannya ke daerah-daerah pinggiran, karena tidak sesuai dengan *core business* perbankan tersebut. Peraturan perbankan Indonesia terkait dengan *office channeling* merupakan salah satu bentuk dari bauran pemasaran pada

perbankan syariah dalam hal strategi untuk mengatasi keterbatasan tempat dan jaringan yang dimiliki.¹⁰

B. Produk *Murabahah*

1. Pengertian Produk Bai' *Al-Murabahah*

Bai' *al-murabahah* adalah jual-beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah. Dalam *murabahah*, penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atas laba dalam jumlah tertentu.¹¹

Pada akad *murabahah*, penjual menjual barangnya dengan meminta kelebihan atas harga beli dengan harga jual. Perbedaan antara harga beli dan harga jual barang disebut dengan margin keuntungan. Dalam aplikasi bank syariah, bank merupakan penjual atas objek barang dan nasabah merupakan pembeli. Bank menyediakan barang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan membeli barang *supplier*, kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga beli yang dilakukan oleh bank syariah. Pembayaran atas transaksi *murabahah* dapat dilakukan dengan cara membayar sekaligus pada saat jatuh tempo atau melakukan pembayaran angsuran selama jangka waktu yang disepakati.¹²

¹⁰ *Ibid*

¹¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2013), 71

¹² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 138-139

2. Dasar Hukum Produk *Murabahah*

a. Al-Quran

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Artinya: "...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." (Q.S. Al-Baqarah (2): 275)¹³

b. Al-Hadits

عَنْ سُهَيْبِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : ثَلَاثَ فِيهِنَّ الْبَرَكَهَةُ : الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمُقَارَضَةُ وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه)

Artinya: Dari Suhaib ar-Rumi r. a. bahwa Rasulullah saw. Bersabda, "Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung utuk keperluan rumah, bukan untuk dijual." (HR Ibnu Majah).¹⁴

3. Rukun dan Syarat Produk *Murabahah*

a. Rukun

- 1) Rukun dari akad *murabahah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu pelaku akad, *ba'i* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytaru* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- 2) Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan staman (harga).
- 3) *Shighah*, yaitu Ijab dan Qabul.¹⁵

¹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 36

¹⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 102

¹⁵ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 82

b. Syarat *Murabahah*

- 1) Syarat yang berakal (*ba'iu* dan *musytari*) cakap hukum dan tidak dalam keadaan terpaksa.
- 2) Barang yang diperjual belikan (*mabi'*) tidak termasuk barang yang haram dan jenis maupun jumlahnya jelas.
- 3) Harga barang (*tsaman*) harus dinyatakan secara transparan (harga pokok dan komponen keuntungan).
- 4) Pernyataan serah terima (*ijab qobul*) harus jelas dengan menyebutkan secara spesifik pihak-pihak yang berakad.¹⁶

Pada transaksi *murabahah* syarat dan rukun harus dipenuhi sesuai dengan syariat Islam. Sebagaimana Rasulullah telah mengajarkan ketika beliau berdagang, beliau selalu bersifat jujur dan transparan.

Jual beli secara *al-murabahah* di atas hanya untuk barang atau produk yang telah dikuasai untuk dimiliki oleh penjual pada waktu negosiasi dan berkontrak. Bila produk tersebut tidak dimiliki penjual, sistem yang digunakan adalah *murabahah* kepada pemesan pembelian (*murabahah* KPP). Hal ini dinamakan demikian karena si penjual semata-mata mengadakan barang untuk memenuhi kebutuhan si pembeli yang memesannya.¹⁷

Adapun beberapa syarat pokok *murabahah* menurut Usman, *Murabahah* merupakan salah satu bentuk jual beli ketika penjual secara eksplisit menyatakan biaya perolehan barang yang akan dijualnya dan

¹⁶ Viethzal Riva'i dan Andria Pratama, *Islamic Finansial Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 145

¹⁷ *Ibid*

menjual kepada orang lain dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan.

Tingkat keuntungan dalam *murabahah* dapat ditemukan berdasarkan kesepakatan bersama dalam bentuk lumpusan atau persentase tertentu dari biaya. Semua biaya dikeluarkan penjual dalam rangka memperoleh barang, seperti biaya pengiriman, pajak, dan sebagainya dimasukkan ke dalam biaya perolehan untuk menentukan harga agregat dan margin keuntungan didasarkan pada harga agregat ini. Akan tetapi, pengeluaran yang timbul karena usaha, seperti gaji pegawai, sewa tempat usaha, dan sebagainya tidak bisa dimasukkan ke dalam harga untuk suatu transaksi. Margin keuntungan yang diminta itulah yang meng-cover pengeluaran-pengeluaran tersebut.¹⁸

Murabahah dikatakan sah hanya ketika biaya-biaya perolehan barang dapat ditentukan secara pasti. Jika biaya-biaya tidak dapat dipastikan, barang atau komoditas tersebut tidak dapat dijual dengan prinsip *murabahah*.¹⁹

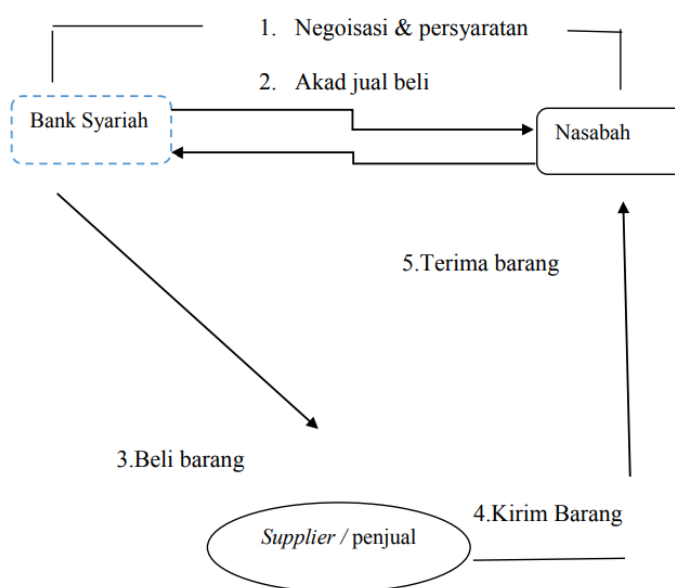
4. Skema Transaksi

Dalam pembiayaan *murabahah*, sekurang-kurangnya terdapat dua pihak yang melakukan transaksi jual beli, yaitu bank syariah sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli barang. Skema pembiayaan *murabahah* dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

¹⁸ *Ibid.*, 82-84

¹⁹ *Ibid*

Gambar 2.1.
Skema Pembiayaan Murabahah²⁰



Keterangan:

1. Bank syariah dan nasabah melakukan negosiasi tentang rencana transaksi jual beli yang akan dilakukan. Poin negosiasi meliputi jenis barang yang akan dibeli, kualitas barang, dan harga jual.
2. Bank syariah melakukan akad jual beli dengan nasabah, di mana bank syariah sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Dalam akad jual beli ini, ditetapkan barang yang menjadi objek jual beli yang telah dipilih oleh nasabah, dan harga jual barang.
3. Atas dasar akad yang dilaksanakan antara bank syariah dan nasabah, maka bank syariah membeli barang dari *supplier* atau penjual. Pembelian yang dilakukan oleh bank syariah sesuai dengan keinginan nasabah yang telah tertuang dalam akad.

²⁰ Ismail, *Perbankan Syariah.*, 139

4. *Supplier*, mengirimkan barang kepada nasabah atas perintah bank syariah.
5. Nasabah menerima barang dari *supplier* dan menerima dokumen kepemilikan barang tersebut.
6. Setelah menerima barang dan dokumen, maka nasabah melakukan pembayaran. Pembayaran yang lazim dilakukan oleh nasabah ialah dengan cara angsuran.²¹

²¹ *Ibid.*, 139-140

BAB III

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank

1. Sejarah BPR Syariah Rajasa Lampung Tengah

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Lampung Tengah pada awal pendirian berbentuk Perusahaan Daerah (PD) dan diresmikan pada tanggal 31 Juli 2008 oleh bapak bupati Lampung Tengah H. Mudiyanto Thoyib berdasarkan izin BI tanggal 26 Juli 2008. BPR Syariah Rajasa merupakan Perusahaan milik pemerintah daerah kabupaten lampung tengah dengan anggaran modal dasar dari pemerintah daerah sebesar 10 M. berdasarkan ketentuan sesuai Perda No. 7 tanggal 21 Mei 2007, Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 Pasal 7 bahwa BPR harus berbadan hukum Perseroan Terbatas perubahan badan hukum tersebut termuat dalam Akta Notaris Lukman Suheru, SH Nomor 41 tanggal 29 Maret 2010 dan pengesahan Menteri Hukum Hak Asasi Nomor AHU-32708. AH, 01, 01, tanggal 29 Mei 2010, BPR Syariah Rajasa Lampung Tengah dengan modal dasar pemerintah daerah sekecil-kecilnya 10 M atau 80% dan modal pihak ke-3 sebesar besarnya 20% atau 2 M.¹

2. Profil Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo

Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo didirikan dua tahun sesudah kantor pusat berdiri, didirikan pertama kali di Jl. Jendral Sudirman

¹ Wawancara dengan Bapak Tri Wijayatmo, Kepala Kantor Kas Bank Syariah Rajasa

Kaliwungu Lampung Tengah dan dipindah lokasikan pada Tahun 2015 dikarenakan semakin bertambahnya jumlah nasabah dan kurang luasnya kantor Bank Syariah yang sebelumnya.

Bank Syariah Rajasa Kalirejo merupakan kantor kas dari BPRS Rajasa Lampung Tengah yang didirikan untuk memperluas jaringan kantor. Bank Syariah Rajasa Kantor Kas kalirejo Lampung Tengah memiliki kantor pusat yaitu BPRS Rajasa Bandar Jaya Lampung Tengah.

Profil Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo

Nama : Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah

Alamat : Jl. jendral Soedirman, Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah

Telp : +6281288169310

Fax :

Mulai Beroperasi: 2010

3. Visi dan Misi Bank Syariah Rajasa

a. Visi

Terwujudnya Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo yang professional dan sehat sebagai mitra perekonomian umat menuju masyarakat mandiri.²

b. Misi

- 1) Mewujudkan organisasi dan SDI yang sehat, maju, dan professional
- 2) Melakukan sosialisasi dan edukasi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syaria

² Wawancara dengan Bapak Tri Wijayatmo, Kepala Kantor Kas Bank Syariah Rajasa

- 3) Mengembangkan kegiatan ekonomi umat pada sector umkm dan sektor lainnya.
- 4) Menciptakan kemitraan bermuamalah yang amanah kehati-hatian dan professional.
- 5) Menggalang dana ZIS yang menyeluruh dan transparan.
- 6) Berkontribusi terhadap PAD kabupaten lampung tengah.

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Rajasa

Jabatan-jabatan yang ada di Bank Syariah Rajasa dapat dilihat pada

Tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Struktur Organisasi Bank Syariah Rajasa

Bupati/RUPS	Hi. Loekman Djoyosoemarto, S. SOS
Dewan Komisaris	Abdul Awali Zubair, S. E. Agus Hamid, S. SOS
Dewan Pengawas Syariah	Drs. Hi. Muhyiddin Samijo, S. IP.
Dewan Direksi	Sofian, SE Herwanto, SH
Kepala Bagian Pembiayaan	Yeniati
Kepala Bagian Operasional	Kiki Gantini
Kepala Kantor Kas	Tri Wijayatmo
Audit Internal	Abdul Gani
Kolektor	Taufan
Marketing/AO	Firmansyah M. Isnaini Ahmad Khusaeri Wahyu Purnomo Silvia Kiswanto Darma Bayu L Nursalim
Admin Pembiayaan	Rini Septiani Indra
Legal Officer	Aan Febriyanto
Teller	Nita Fitri N.
Umum dan Personalia	Metria Sella Novalita

Berikut ini tugas dari masing-masing bagian bank:³

a. Rapat Umum Pemegang Saham (*RUPS*)

Rapat umum pemegang saham merupakan pemegang kekuasaan tertinggi PT. BPRS Rajasa Lampung Tengah yang aplikasinya terlibat pada:

- 1) Pencalonan dan pemilihan Dewan Komisaris
- 2) Pengusulan anggota Direksi
- 3) Pemberian *aquit the change* atas persetujuan neraca dan perhitungan laba rugi.

b. Dewan Komisaris

Dewan komisaris pimpinan umum kepengurusan Bank Pembiayaan Rakyat syariah Rajasa yang tugas pokoknya adalah menentukan garis besar kebijaksanaan yang akan dijalankan Bank serta melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan pengurusan Bank.

c. Dewan Pengawas Syariah

Tugas Dewan Pengawas Syariah yaitu:

- 1) Menilai dan memastikan pemenuhan prinsip syariah atas pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan bank
- 2) Mengawasi proses pengembangan produk baru bank
- 3) Meminta fatwa kepada DSN untuk produk baru bank yang belum ada fatwanya

³Wawancara dengan Bapak Tri Wijayatmo, Kepala Kantor Kas Bank Syariah Rajasa

- 4) Melakukan review secara berkala atas pemenuhan prinsip syariah terhadap mekanisme penyaluran dana serta pelayanan jasa bank
- 5) Meminta data dan informasi terkait dengan aspek syariah dari satuan kerja bank dalam rangka pelaksanaan tugasnya
- 6) Memberikan pengarahan dan saran-saran kepada direksi, pejabat bank, dan pimpinan kantor cabang mengenai hal-hal yang terkait dengan ketentuan dan prinsip syariah yang telah di fatwakan oleh DSN
- 7) Mengkomunikasikan usul dan saran pengembangan produk dan jasa bank yang memerlukan kajian dan fatwa DSN.

d. Direksi

Direksi adalah pimpinan tertinggi yang diberikan tugas dan tanggung jawab mengurus dan mengelola kegiatan bank sehari-hari. Anggota direksi diangkat sesuai keputusan Rapat Umum Pemegang⁴ saham tetapi sebelum diangkat harus memenuhi *Fit And Proper Text* dan mendapat persetujuan terlebih dahulu dari Bank Indonesia sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia No. 6/23/PBI/2004 tentang penilaian kemampuan dan keputusan (*fit and paper test*) Bank Perkreditan Rakyat.

Direksi merupakan suatu team yang terdiri dari direktur utama dan direktur. Dalam pengelolaan sehari-hari direksi dibantu oleh

⁴ Dokumentasi Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo

kepala bidang dan karyawan kantor yang bertanggung jawab kepada Direksi.

e. Kepala Kantor Cabang (KA-CAB)

Kepala kantor cabang adalah jabatan tertinggi untuk kantor cabang di dalam Struktur Organisasi BPR yang membantu pencapaian target Direksi atas pertumbuhan dan perkembangan perusahaan yang sehat.

f. Kepala Bagian Operasional

Tugas kepala bagian operasional adalah sebagai berikut:

- 1) Membantu direksi dalam perencanaan penghimpunan dana dan pengelolaan dana masyarakat dan pihak lain yang dipercayakan kepada bank serta mengatur likuiditas bank.
- 2) Mengkoordinasi, mengarahkan, membina dan mengawasi semua kegiatan yang berhubungan langsung dengan bagian operasional
- 3) Menerbitkan laporan keuangan, laporan perkembangan pembiayaan dan laporan mengenai penghimpunan dana masyarakat secara lengkap, akurat dan sah baik harian, bulanan maupun sesuai dengan periode yang dibutuhkan
- 4) Menilai dan mengevaluasi kinerja bagian operasional
- 5) Menatausahakan pembayaran gaji karyawan
- 6) Pengisian dan pembayaran pajak SSP dan SPT tahunan dan pajak lainnya.

g. *Account Manager Financing* (Marketing Pembiayaan)

Melakukan kegiatan pembiayaan *korporatsolisitasi debitur*, proses evaluasi dan persetujuan pembiayaan, monitoring kuantitas dan kualitas portofolio, guna memastikan tercapainya target pembiayaan maupun kualitas portofolio yang telah ditetapkan, sesuai dengan target market yang selaras dengan rencana dan strategi perusahaan.

Tugas-tugasnya:

- 1) Melakukan identifikasi customer yang telah sesuai dengan target guna menjamin tercapainya target pembiayaan yang telah ditetapkan oleh perusahaan
- 2) Melakukan proses *inisiasi, solisitas*, pengumpulan data, analisa atas pengajuan permohonan pembiayaan untuk menjamin kelancaran proses pengajuan proposal pembiayaan kepada pembiayaan⁵
- 3) Melaksanakan pembinaan dan monitoring atas aktivitas sehari-hari, dengan membuat *call report ke branch manager* atas hasil kunjungan secara kontinyu, memastikan perolehan laporan keuangan tiap kuartal, setengah tahunan dan tahunan (*audited*) serta membuat ringkasan data nasabah 6 bulan sekali untuk memastikan bahwa usaha nasabah berjalan dengan baik sebagaimana yang diproyeksikan dalam analisa pembiayaan

⁵ Dokumentasi Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo

- 4) Membuat laporan bulanan atas pencapaian pendapatan dari *account* yang ditangani untuk memastikan tercapainya target pendapatan setiap bulan
- 5) Melakukan analisa atas perpanjangan pembiayaan yang telah jatuh tempo untuk menjaga kualitas pembiayaan nasabah sehingga tetap tergolong kedalam kolektibilitas lancar
- 6) Memasarkan produk-produk dan jasa layanan PT. BPRS Rajasa sesuai dengan kebutuhan nasabah dan kondisi PT. BPRS Rajasa guna meningkatkan pelayanan dan hubungan baik dengan nasabah

h. *Cusmoter Service* (CS)

Customer Service adalah jabatan pada level staf yang merupakan salah satu ganda terdepan di kantor BPRS yang secara langsung akan berhadapan dengan public, baik itu nasabah, calon nasabah, ataupun pihak lain yang mempunyai urusan/kepentingan dengan BPRS. Untuk itu, kinerja CS seringkali merupakan refleksi dari “kualitas layanan BPRS” khususnya terkait dengan keramahan, kecepatan layanan.

i. *Teller*

Teller adalah jabatan pada level staf yang bertanggung jawab kepada kepala bagian operasional dan merupakan ganda depan lainnya di kantor BPRS yang paling banyak berhubungan dengan nasabah terkait dengan layanan penarikan dan penyetoran tabungan, pencairan deposito, sehingga selain jabatan CS, kinerja seorang teller juga

merupakan refleksi kualitas layanan BPR khususnya terkait dengan keramahan dan kecepatan layanan.

j. *Accounting*

Accounting adalah jabatan pada level staf yang bertanggung jawab kepada kepala bagian operasional, dimana mempunyai peran dan fungsi sangat krusial di kantor BPRS, karena berkaitan dengan setiap proses pengklasifikasian, pencatatan, peringkasan, analisis dan interpretasi atas seluruh transaksi yang terjadi di BPRS.

k. *Bagian Umum*

Fungsi bagian umum adalah sebagai staf/karyawan bank yang bertugas untuk membantu penyediaan sarana kebutuhan karyawan atau perusahaan agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Di samping itu, bagian umum juga melaksanakan tugas-tugas terkait dengan urusan-urusan personalia/kepegawaian.

Tugas-tugas pokok bagian umum:

- 1) Menginvestasikan persediaan gudang, ATK dan barang gerak untuk kebutuhan-kebutuhan karyawan dan perusahaan yang berlaku.
- 2) Pembebanan biaya-biaya operasional, pencadangan dan *amortisasi* dengan cara melakukan pengadaan/pembelian serta pembukaan dan melakukan penyusutan atas setiap harta/investasi kantor yang memperhatikan pengendalian biaya.

- 3) Memelihara dan menjaga harta/investasi kantor agar tetap dalam kondisi yang baik dan tanggung jawab atas keamanan harta/peralatan tersebut.
- 4) Berkewajiban melakukan rekrutmen sumber daya insan serta menyiapkan pembayaran gaji karyawan sesuai dengan ketentuan direksi.
- 5) Berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan baik untuk diri sendiri maupun penyiapan program peningkatan/pendidikan bagi karyawan lain.
- 6) Melakukan tugas lain seperti menjadi humas perusahaan tersebut.

1. *Legal Officer*

Legal Officer perusahaan bank atau Lembaga pembiayaan bertugas:

- a. Melakukan analisis yuridis
- b. Melakukan pemeriksaan dan penilaian jaminan
- c. Menyiapkan perjanjian kredit
- d. Melakukan pengikatan jaminan
- e. Melakukan penyimpanan legal dokumen
- f. Melakukan pengawasan kredit
- g. Melakukan upaya pengamatan kredit bermasalah.

m. *Kolektor*

Tanggung jawab Remedial:

- 1) Bertanggung jawab langsung kepada kepala bagian pembiayaan atas penyelesaian pembiayaan bermasalah.
- 2) Bertanggung jawab terhadap kerugian bank yang ditimbulkan karena kelalaian atau kesengajaan yang terjadi pada lingkup bagiannya.

Tugas Kolektor:

Membantu pelaksanaan kegiatan penyelesaian pembiayaan, meliputi upaya penyehatan terhadap pembiayaan bermasalah, penagihan atau pelunasan secara baik dan tertib, sekaligus menjaga tingkat kemacetan pembiayaan yang diberikan perusahaan pada tahapan wajar dan tetap mengupayakan dalam kondisi sehat.

- 1) Melakukan koordinasi dengan bagian terkait terhadap seluruh kegiatan penagihan dan penyelesaian pembiayaan, khususnya terhadap pembiayaan yang menunggak dan pola penanganan perkaranya.
- 2) Melakukan perencanaan kerja yang tertib dan terarah, sehingga dapat menyelesaikan permasalahan kelancaran angsuran pembiayaan yang diberikan dengan baik.
- 3) Melakukan analisa dan evaluasi tentang permasalahan menurunnya kemampuan nasabah, merencanakan upaya penyelesaian, membuat target penyelesaian dan membuat laporan

progres penanganan secara berkala kepada Kepala Bagian Pembiayaan.

- 4) Menyiapkan mapping sesuai dengan kolektibilitas dan wilayah lokasi nasabah bermasalah sebagai dasar untuk menentukan titik berat penanganan khusus.
- 5) Melakukan monitoring dan pengawasan atas efektifitas seluruh kegiatan penagihan dan penyelesaian pembiayaan bermasalah.
- 6) Melakukan kegiatan negosiasi dan persuasif dalam penyelesaian pembiayaan bermasalah.
- 7) Melakukan pengadministrasian dan pendokumentasian atas seluruh permasalahan dan perkara yang berkaitan dengan pembiayaan dan fasilitas lainnya yang bermasalah dan macet.
- 8) Melakukan koordinasi dan membina hubungan eksternal relationship dengan kepolisian, kejaksaan, pengacara atau pihak ketiga lainnya, sehubungan dengan/atau setiap penyelesaian perkara pengadilan terhadap pembiayaan yang penagihannya diselesaikan melalui sidang pengadilan.
- 9) Melakukan koordinasi dengan unit kerja lain yang terkait menyangkut kegiatan penyelesaian pembiayaan bermasalah, sehingga dapat mengoptimalkan hasil-hasil usaha penagihan.
- 10) Melaporkan secara rutin progres penagihan yang dijalankan kepada Kepala Bagian pembiayaan.

- 11) Mengarsipkan serta mendokumentasikan form/bukti kunjungan nasabah, komitmen nasabah, serta segala sesuatu yang berkaitan dengan tugas kolektor.
- 12) Membuat laporan secara lisan atau tertulis secara periodik kepada Kepala Bagian Pembiayaan mengenai tugas yang diberikan dan kondisi nasabah yang ditanganinya.
- 13) Menerima angsuran dari nasabah dan bertanggungjawab terhadap bukti setoran yang diserahkan kepada nasabah.
- 14) Melindungi dan menjaga asset perusahaan.
- 15) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan atasan.

Wewenang kolektor:

- 1) Menjemput angsuran nasabah pembiayaan dan menyetorkannya kepada Teller, dan memastikan seluruh setoran tidak ada yang tertinggal dan tidak terjadi selisih antara catatan dengan uang yang diserahkan.
- 2) Memberikan saran, usul, pendapat, atau opini kepada manajemen bersama dengan bagian pembiayaan dan legal untuk kepentingan perbaikan, penyempurnaan, dan pengembangan yang berkaitan dengan kegiatan penyelesaian pembiayaan bermasalah atau macet.
- 3) Mempersiapkan usulan program dan strategi operasional terkait pengembangan kegiatan pengamanan dalam penyaluran pembiayaan.

n. *Internal Audit*

Tugas internal audit sebagai berikut:

- 1) Membantu direksi dalam tugas pengawasan terhadap pelaksanaannya audit internal yang meliputi financial audit atau program-program kerja dan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh bank, manajemen audit.
- 2) Memberi laporan hasil pemeriksaan terhadap tiket yang dibuat oleh bagian operasional, bagian umum dan personalia serta melakukan administrasi tiket.
- 3) Memberi opini atau saran hasil pemeriksaan yang telah dilakukan kepada pejabat masing-masing untuk dilakukan perbaikan dan pelaporannya kepada direksi.

o. *IT Pelaporan*

Tugas IT pelaporan adalah sebagai berikut:

- 1) Menjaga agar seluruh terminal computer clear (user terhubung komputer server, baik kantor pusat maupun kantor kas).
- 2) Melakukan bank checking atau SID kepada calon nasabah pembiayaan
- 3) Menerima pengumuman-pengumuman dari bank Indonesia secara online melalui jalur extranet BI.
- 4) Membuat laporan SID kepada Bank Indonesia.

5) Menjaga kerahasiaan password dan pin otoritas fasilitas internet banking dari bank koresponden.⁶

5. Konsep Pemasaran Produk *Murabahah* pada Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah

Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah memberikan fasilitas dengan berbagai akad yang ditawarkan antara lain *ijarah, musyarakah, murabahah, mudharabah, qord*. Namun pada praktiknya, masyarakat sekitar yakni masyarakat Kalirejo Lampung Tengah lebih tertarik pada pembiayaan *murabahah* karena cenderung mereka adalah masyarakat yang konsumtif dan produktif.⁷

Pembiayaan *murabahah* ini adalah dimana pihak bank selaku penjual (*ba'i*) dan nasabah selaku pembeli (*musyitari*). Dimana pembayaran dapat dilakukan dengan cara diangsur yang jangka waktunya relative panjang yaitu sampai dengan 36 bulan. Bapak Tri Wijayatmo mengungkapkan bahwa pembiayaan dengan akad *murabahah* yang paling banyak diminati karena akad *murabahah* dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, serta nasabah merasa lebih tenang karena pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah.⁸

Adapun fungsi pembiayaan *murabahah* yaitu meningkatkan peran Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah dan pemberian konsumtif khususnya dibidang properti, meningkatkan kesejahteraan

⁶ Dokumentasi Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo

⁷ Wawancara dengan Bapak Tri Wijayatmo, Kepala Kantor Kas Bank Syariah Rajasa, Juni 2019

⁸ Wawancara dengan Bapak Tri Wijayatmo, Kepala Kantor Bank Syariah Rajasa, Juni 2019

masyarakat dengan membantu memenuhi kebutuhan, kepemilikan properti yang layak huni sesuai dengan kemampuan pemohon.⁹Tujuan pembiayaan *murabahah* yaitu meningkatkan pemasaran produk tabungan dan untuk meningkatkan pendapatan Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah.

Sebagai sebuah bank dengan prinsip khusus maka bank Islam diharapkan dapat menjadi lembaga keuangan yang menjembatani antara pihak yang membutuhkan dana. Dalam hal ini, Bank Syariah Rajasa telah menjelaskan fungsinya, yaitu telah menyalurkan dana kepada masyarakat salah satunya melalui pembiayaan *murabahah*, dengan harapan dapat membantu masyarakat yang kekurangan dana untuk memenuhi kebutuhannya.¹⁰

Pembiayaan *murabahah* yang ditawarkan Bank Syariah Rajasa, untuk memenuhi tujuannya yaitu memperoleh keuntungan berupa margin. Selain itu, adanya pembiayaan *murabahah* ini untuk dapat meningkatkan pemasaran produk tabungan.¹¹ Rekening tabungan ini digunakan sebagai fasilitas pembayaran angsuran, dengan cara mendebet rekening nasabah tersebut setiap bulannya pada saat jatuh tempo pembayaran angsuran.¹²

Berikut adalah mekanisme pembiayaan pada Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah.

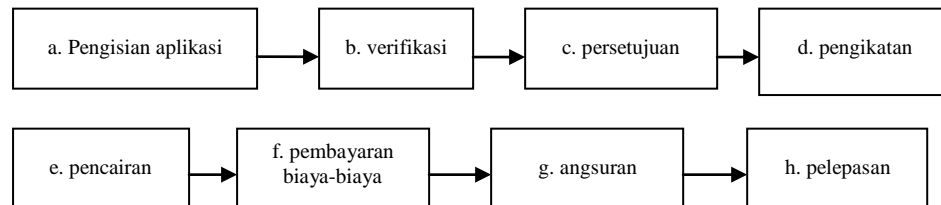
⁹ *Ibid*

¹⁰ *Ibid*

¹¹ Wawancara dengan Bapak Tri Wijayatmo, Kepala Kantor Bank Syariah Rajasa, Juni

¹² *Ibid*

Gambar 3.1
Skema Transaksi Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Rajasa
Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah



Keterangan:

Calon nasabah datang ke Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo untuk mendapatkan penjelasan mengenai pembiayaan yang dikehendaknya. Selanjutnya nasabah tersebut mengisi lengkap formulir aplikasi pengajuan pembiayaan dan menyerahkan dokumen-dokumen yang dipersyaratkan. Dokumen-dokumen tersebut adalah:

- a. Data pribadi
- b. Aplikasi permohonan
- c. KTP pemohon & suami/istri penjamin
- d. Kartu keluarga
- e. Surat keterangan ganti nama (bagi WNI keturunan)
- f. Akte nikah/cerai
- g. NPWP pribadi/perusahaan
- h. Surat persetujuan suami/istri penjamin
- i. Foto berwarna suami/istri, 4 x 6 sebanyak 2 lembar
- j. Data penghasilan
- k. Slip gaji terakhir/surat keterangan penghasilan
- l. Akte pendirian dan perubahannya

- m. Ijin-ijin usaha yaitu: TDP, SJUPP/SITU
- n. Data jaminan: sertifikat, SIM, IMB, PBB (tahun terakhir), covernote notaries, BPKB.

Selanjutnya bank akan melakukan:

- a. Verifikasi terhadap data dari nasabah, verifikasi penghasilan, dan verifikasi jaminan
- b. Bank selanjutnya melakukan penilaian terhadap nasabah melalui analisis kelayakan pembiayaan 5C. Dari kelima criteria tersebut yang menjadi penentu utama adalah criteria *character*, walaupun 4C yang lain memenuhi kriteria, namun *character* calon nasabah tidak baik, maka pengajuan pembiayaan tidak akan disetujui. Maka apabila nasabah dinilai layak bank akan mengkonfirmasi kepada nasabah dan memberikan *offering letter*.
- c. Nasabah diminta datang ke bank untuk melakukan pengikatan pembiayaan dengan notaris rekan bank setelah sebelumnya telah dilakukan pengecekan terhadap keaslian seluruh dokumen.
- d. Sebelum dilakukannya *dropping* atau pencairan pembiayaan terlebih dahulu nasabah membuka rekening tabungan dengan menyetorkan sejumlah dana untuk setoran awal dan diperuntungkan juga untuk membayar biaya-biaya yang ada, antara lain:
 - 1) Biaya administrasi
 - 2) Biaya asuransi jiwa
 - 3) Biaya asuransi kebakaran

- 4) Biaya notaries
 - 5) Biaya materai
- e. Setelah dilakukannya biaya-biaya tersebut, bank akan melakukan droping dana rekening nasabah. Dari rekening tersebut bank akan langsung melakukan transfer ke rekening penjual atas instruksi nasabah melalui slip transfer atau pinbuk.
 - f. Nasabah melakukan pembayaran angsuran sesuai dengan tanggal yang telah disepakati, dan angsuran yang akan di debet bank dari rekening nasabah.
 - g. Setelah nasabah melakukan pelunasan maka bank akan mempersiapkan.¹³

Konsep pemasaran pembiayaan *murabahah* yang digunakan Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo yaitu konsep produk. Ahmad Khusaeri sebagai *Marketing/AO* Bank Syariah Rajasa mengatakan bahwa konsep pada pembiayaan *murabahah* adalah calon nasabah akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan cirri-ciri yang terbaik.¹⁴

Analisis secara detail terhadap kelayakan calon nasabah antara lain meliputi aspek 5c (*Character, Capacity, Capital, Collateral, dan Condition economy*):

¹³ Wawancara dengan Bapak Tri Wijayatmo, Kepala Kantor Kas Bank Syariah Rajasa, Juni 2019

¹⁴ Wawancara, Ahmad Khusaeri, *marketing/AO* Bank Syariah Rajasa Kalirejo, 20 Juni 2019

a. Watak (*Character*)

Berarti bank harus dapat menilai calon debitur memiliki pembawaan, karakter, dan sifat-sifat yang baik dalam melaksanakan kewajibannya.

b. Kemampuan (*Capacity*)

Berarti bank harus dapat menilai calon debitur, memiliki kemampuan secara ekonomis (pada masa sekarang dan masa mendatang) dalam melakukan pinjaman.¹⁵

c. Modal (*Capital*)

Berarti dapat menilai calon debitur memiliki asset-aset ekonomis yang dapat dijadikan sarana calon debitur melaksanakan kewajiban-kewajibannya.

d. Jaminan (*Collateral*)

Berarti bank harus dapat menilai asset calon debitur yang memiliki nilai ekonomis yang proposional dengan jumlah pinjaman (pembiayaan) yang diberikan bank kepada calon debitur.

e. Kondisi Ekonomi (*Condition economy*)

Berarti bank harus dapat menilai stabilitas kondisi ekonomi dan keuangan calon debitur pada saat pinjaman dan perkiraan pada saat mendatang.¹⁶

Menurut Ahmad Khusaeri selaku *marketing/AO*, bahwa ciri-ciri terbaik dari produk *murabahah* pada Bank Syariah Rajasa adalah:

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ Dokumentasi Bank Syariah Rajasa

Pertama, apa yang dijual belikan harus ada dan dimiliki oleh penjual dan penjual harus mampu menyerahkan barang itu kepada nasabah. Kedua, pembeli harus mengetahui pengetahuan tentang biaya-biaya terkait dengan harga dan batas mark harus ditetapkan dalam bentuk presentase. Ketiga, prosedurnya mudah serta cepat, biasanya tidak lebih dari seminggu, yaitu antara 2-3 hari. Selama nasabah memberikan persyaratan secara lengkap, maka pencairan akan dapat diproses pada saat itu juga dan calon nasabah dapat mengambilnya pada keesokan harinya. Keempat, angsurannya tetap sampai akhir atau flat.¹⁷

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa konsep produk memiliki cirri-ciri terbaik yang bertujuan untuk memberikan keinginan dan kepuasan pembeli yang diharapkan secara lebih efektif dan efisiensi dibandingkan para pesaing, dengan kualitas produk yang pencairannya tetap sampai akhir.

B. Strategi Pemasaran Produk *Murabahah* pada Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah

1. Strategi Pemasaran Produk *Murabahah* pada Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Rajasa dengan cara melakukan analisis pasar sasaran dan melakukan *Marketing mix* (bauran pemasaran). Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan

¹⁷ Ahmad Khusaeri, *Marketing/AO Bank Syariah Rajasa Kalirejo*, wawancara, 20 Juni 2019

yang berkaitan dengan idea atau gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

a. Pasar Sasaran

Segmen yang akan menjadi sasaran Bank Syariah rajasa adalah melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan, mencari apa yang sama dalam kebutuhan konsumen. Bank Syariah Rajasa melakukan pasar sasaran di pasar Kalirejo dengan cara mengelompokkan pedagang berdasarkan jenis usaha dan jumlah kios tersebut.¹⁸

Langkah-langkah yang dilakukan Bank Syariah Rajasa dalam melakukan pasar sasaran dengan mengidentifikasi lingkungan sebagai berikut:

1) Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal bisnis yang mempengaruhi aktivitas bisnis perusahaan antara lain sosial-budaya, ekonomi, politik hukum, teknologi dan isu global. Bank Syariah Rajasa memetakan lingkungan eksternal disekitar Bank Syariah Rajasa ditinjau dari aspek ekonomi:

“Mayoritas masyarakat yang ada di Kalirejo Lampung Tengah adalah kelas menengah, dapat dilihat dari pekerjaannya yang mayoritas pedagang, dan pegawai negeri ataupun kontrak.

¹⁸ Ahmad Khusaeri, *Marketing/AO* Bank Syariah Rajasa Kalirejo, wawancara, 20 Juni 2019

Biasanya masyarakat melakukan pembiayaan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi”.¹⁹

Berdasarkan aspek sosial-budaya dan agama disekitar lingkungan Bank Syariah Rajasa, mayoritas masyarakatnya bersuku Jawa dan beragama Islam, dan masyarakat disekitar lingkungan Bank Syariah Rajasa bersifat individualis. Meskipun kehidupan masyarakat kalirejo beragama Islam dan besuku Jawa tetapi bersosialisasinya kurang, sehingga lebih mementingkan kepentingan pribadi. Sehingga tidak begitu menonjolkan aspek agama dalam memasarkan produk *murabahah*.²⁰

2) Lingkungan Internal

Lingkungan internal disini adalah lingkungan eksternal mikro yang mempengaruhi aktivitas di Bank Syariah Rajasa yaitu pesaing-pesaing Bank Syariah Rajasa, yang menjadi pesaing utama dalam pembiayaan *murabahah* yaitu BMT, BPRS Metro Madani, BSM dan Bank Mandiri lain-lain.²¹

Keberadaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Rajasa Lampung Tengah walaupun telah didukung oleh stakehouders (BI, LPS, dan PEMDA) namun masih kurang gaungnya dimasyarakat bila dibandingkan dengan Bank Umum. Karena keterlambatan

2019 ¹⁹ Ahmad Khusaeri, *Marketing/AO* Bank Syariah Rajasa Kalirejo, wawancara, 20 Juni 2019

2019 ²⁰ Ahmad Khusaeri, *Marketing/AO* Bank Syariah Rajasa Kalirejo, wawancara, 20 Juni 2019

2019 ²¹ Ahmad Khusaeri, *Marketing/AO* Bank Syariah Rajasa Kalirejo, wawancara, 20 Juni 2019

infrastruktur, sistem teknologi yang belum cukup memadai serta sumber permodalan yang terbatas.

b. *Marketing mix* (Bauran Pemasaran)

Strategi yang diterapkan pada Bank Syariah Rajasa Kalirejo menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan segmentasi pasar dan sasaran yang dituju. Hal tersebut dianalisa dan diimplementasikan dari empat hal, yang dikenal dengan (4P), yaitu :

1) *Product* (produk)

Pembiayaan produk *murabahah* merupakan salah satu produk yang diminati oleh nasabah. Hal ini merupakan produk yang memiliki beberapa manfaat seperti penambahan modal usaha dan pembangunan tempat tinggal yang layak, syarat dan proses nyapun mudah dan cepat. Pihak bank secara agresif mengenalkan kelebihan dan keunggulan yang dimiliki produk ini sehingga dapat menarik calon nasabah yang sebanyak-banyaknya.²²

2) *Price* (Harga)

Strategi harga sangat berperan dalam meningkatkan pertumbuhan dari produk *murabahah* pada Bank Syariah Rajasa. Strategi harga disini berkaitan dengan tingkat margin yang ditentukan bank. Margin pun dapat digunakan untuk menciptakan strategi pemasaran yang agresif. Calon nasabah harus tau bahwa penetapan harga jual atau margin sudah sangat “layak” bagi

²² Ahmad Khusaeri, *Marketing/AO* Bank Syariah Rajasa Kalirejo, wawancara, 20 Juni 2019

nasabah. Pengertian margin “layak” yaitu margin memiliki nilai bersaing dengan margin sejenis dari bank lain.

Strategi harga yang digunakan Bank Syariah Rajasa dalam menetapkan margin pembiayaan *murabahah* dihitung dari besarnya maksimum pembiayaan mula-mula dan dibebankan jangka waktu pembiayaan.²³

3) *Place* (Tempat)

Strategi *place* dalam saluran distribusi di Bank Syariah Rajasa menggunakan sistem jemput bola yang mana pihak bank dengan rutin melakukan *open table* dipasar untuk mencari calon nasabah yang ingin melakukan pembiayaan *murabahah*. Public relation juga penting dalam strategi pemasaran, sebab dalam hal ini seorang *marketing* diharapkan banyak relasi. Sehingga sikap ramah tamah, murah senyum, dan mudah bergaul harus dimiliki oleh seorang karyawan khususnya *marketing*. Jadi Bank Syariah Rajasa tidak hanya dikantor tetapi langsung ke target pasar dimana Bank Syariah Rajasa punya *open table* di pasar kalirejo. Alasannya karna kalau hanya di dalam kantor tidak melakukan open table target yang ingin dicapai oleh nasabah tidak mungkin mencapai target dan masyarakat juga tidak mengetahui produk yang ada di Bank Syariah Rajasa.²⁴

2019 ²³ Ahmad Khusaeri, *Marketing/AO* Bank Syariah Rajasa Kalirejo, wawancara, 20 Juni

²⁴ *Ibid*

4) *Promotion* (Promosi)

Untuk memaksimalkan pertumbuhan produk, perusahaan dan bank menggunakan salah satu aspek pemasaran yaitu promosi. Pada Bank Syariah Rajasa, strategi promosi yang digunakan selama ini adalah dengan cara penyebaran brosur, melakukan personal selling, *door to door* ke rumah calon anggota dan sosialisasi di pasar.²⁵

Berdasarkan uraian di atas mengenai Bank Syariah Rajasa dapat dipahami bahwa masyarakatnya mayoritas: dari kalangan menengah (ekonomi), beragama Islam dan bersuku Jawa akan tetapi kehidupannya individual, nilai-nilai budaya tidak begitu menonjol. Yang dapat dilihat dari masyarakatnya kurang bersosialisasi, maka Bank Syariah Rajasa tidak menonjolkan aspek agama dalam memasarkan produk sehingga dalam strateginya lebih menonjolkan harga yang murah, prosedur yang tidak banyak dan cepat, dan angsurannya tetap serta dalam melakukan pembiayaan pada jatuh tempo.

Meskipun sudah menggunakan strategi pasar sasaran dan *marketing mix* (bauran pemasaran) tetapi Bank Syariah Rajasa masih mengalami hambatan-hambatan dalam pemasaran produk *murabahah*.

Berdasarkan wawancara dengan pihak Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung tengah dan pengamatan yang dilakukan peneliti, dalam melaksanakan kegiatan perbankan Bank Syariah Rajasa

²⁵ Ahmad Khusaeri, *Marketing/AO* Bank Syariah Rajasa Kalirejo, wawancara, 20 Juni 2019

Kantor Kas Kalirejo menghadapi beberapa hambatan di antaranya yaitu sebagai berikut:

- b. Kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) pemasaran yang kompeten diakui oleh Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo memang sudah memiliki beberapa pemasaran akan tetapi dirasa kurang mencukupi dari target yang diharapkan. Kurangnya SDM pemasaran ini disebabkan beberapa hal antara lain:

- 1) Tenaga pemasaran bukan berasal dari latar belakang pemasaran

Pada saat rekrutmen pegawai khususnya tenaga pemasaran kadang latar belakang pemasaran tidak dijadikan sebagai tolak ukur dan acuan untuk dijadikan sebagai tenaga pemasaran.²⁶ Sehingga prinsip-prinsip pemasaran yang dilakukan hanya berdasarkan pengalaman tanpa study empiris, dan dalam perjalanan pekerjaannya banyak mengalami hambatan yang tidak diduga sebelumnya.

- 2) Alasan efisiensi biaya dan tenaga pemasaran

Tenaga pemasar Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo bagian pemasaran memiliki *multype role* atau peran ganda, sebagai berperan sebagai marketing, tenaga pemasar juga bertugas menganalisis, menangani nasabah yang akan mengajukan pembiayaan dan melakukan penagihan kepada nasabah yang bermasalah. Peran ganda ini diambil oleh pihak Bank Syariah

²⁶ Ahmad Khusaeri, *Marketing/AO* Bank Syariah Rajasa Kalirejo, wawancara, 20 Juni 2019

Rajasa Kantor Kas Kalirejo dengan alasan efisiensi, efisiensi tenaga dan biaya pemasaran. Kebijakan ini diambil oleh perusahaan mengingat kemampuan dalam melakukan control serta penggajian. Diharapkan dengan memiliki sedikit tenaga pemasar maka control semakin mudah dan dapat memangkas biaya tenaga pemasar. ²⁷Akan tetapi Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo kurang memperhatikan keefisiensi dari peran ganda tersebut. Karena menurut peneliti berdasarkan wawancara dan pengamatan yang ada, dengan adanya peran ganda tenaga pemasar memiliki beban yang lebih. Sehingga tujuan utamanya untuk mencapai target pasar yang diharapkan menjadi tidak tercapai. Akibatnya yang terjadi tenaga pemasar menjadi kelelahan dengan tugas yang banyak, dan bisa mengakibatkan hilangnya konsentrasi. Oleh karena itu selain memperhatikan efisiensi, Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo juga harus memperhatikan tingkat efektifitasnya, dan tidak kalah pentingnya adalah adanya control serta pelatihan yang intensive dari Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo terhadap tenaga pasar. Sehingga motivasi yang hilang serta hambatan ketika menawarkan produk dapat teratasi melalui control pelatihan yang dilakukan.

²⁷ Wawancara dengan Bapak Tri Wijayatmo, Kepala Kantor Bank Syariah Rajasa, Juni 2019

3) Ketetapan sistem dari pusat yang sangat ketat

Beberapa ketentuan yang dibuat oleh pusat kadang susah diaplikasikan oleh kantor cabang, hal ini terjadi karena kantor pusat beranggapan bahwa dengan adanya penyelenggaraan sistem akan mempermudah dan menjadi brand dari Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo. Hal ini memang benar adanya, akan tetapi ada beberapa yang harus di kefleksibelan oleh kantor pusat agar tujuan utama dari perusahaan bisa tercapai sehingga memperoleh laba yang tinggi.²⁸

Menurut peneliti Sistem yang dibuat kantor memang harus ketat dan akuntable, dan kantor pusat juga harus memiliki fleksibilitas, menyesuaikan dengan kondisi yang nyata yang dihadapi dan dibutuhkan oleh nasabah.

c. Kurangnya Pemahaman Konsumen Mengenai Sistem Perbankan Syariah

Menurut Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo kurangnya pemahaman masyarakat tentang sistem yang ada di perbankan syariah, antara lain: bahwasannya kurang kinerja dari pihak internal dan eksternal Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo dari pihak internal bank, khususnya manajemen perlu adanya komunikasi antara kantor pusat dan kantor cabang dari pihak eksternall yaitu pemerintah dan masyarakat perlu adanya keterbukaan dan dukungan penuh agar

²⁸ Wawancara dengan Bapak Tri Wijayatmo, Kepala Kantor Bank Syariah Rajasa, Juni 2019

kedepannya perbankan syariah bisa bersaing dengan bank konvensional pada umumnya.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo ada dua strategi yaitu, yang pertama adanya pasar sasaran dan yang kedua menggunakan strategi *Marketing mix* (bauran pemasaran). Dengan dua strategi tersebut ternyata perkembangan produk *murabahah* masih kurang populer dikalangan masyarakat. Karena hanya sebagian yang mengetahui tentang pembiayaan *murabahah*.

B. Saran

1. Lebih diperbanyak sales marketing mikro agar lebih efektif dalam melayani nasabah pembiayaan mikro dan dapat mencapai target yang diinginkan.
2. Harus lebih memperhatikan dalam pelayanan baik kepada nasabah maupun calon nasabah yang mempunyai kepentingan pada Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Fathoni Abdurrahmat, *Metodelogi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011)
- Ahmad Khusaeri, Marketing/AO Bank Syariah Rajasa Kalirejo, wawancara, 20 Juni 2019
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)
- Ashafa Burhan, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005)
- Saladin Djalim, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, (Bandung: Linda Karya, 2003)
- Priansa Doni Juni, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017)
- Sudarsono Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2013)
- Sudarsono Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2013)
- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)
- Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2011)
- Kartono Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Alumi, 19886)
- Al Arif M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Perbankan Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)

- Antonio Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001)
- Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)
- Abdurrahman Nana Herdiana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2015)
- Anoraga Pandji, *ManajemenBisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009)
- Keller Phillip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Index, 2009)
- Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2002), 2-5
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Pratama Viethzal Riva'i dan Andria, *Islamic Finansial Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PEMASARAN PRODUK MURABAHAH PADA BANK SYARIAH RAJASA LAMPUNG TENGAH KANTOR KAS KALIREJO

A. Wawancara dengan Kepala Kantor Cabang Bank Syariah Rajasa Kalirejo Lampung Tengah

1. Apa fungsi dan tujuan pembiayaan produk Murabahah pada Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo?
2. Strategi pemasaran produk murabahah seperti apa yang digunakan pada Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo?
3. Apa hambatan pada Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo dalam menerapkan strategi pemasaran produk murabahah?

B. Wawancara dengan Marketing/AccountOfficer Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo

1. Pasar target atau sasaran seperti apa yang dilakukan pada Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo?
2. Marketing Mix (Bauran Pemasaran) pada Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo?
3. Apa hambatan-hambatan pemasaran produk murabahah yang ada di Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo?

C. Dokumentasi

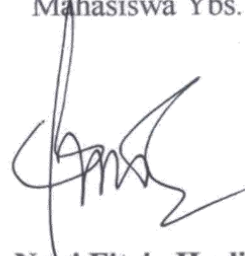
1. *Sejarah berdirinya* Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo
2. Visi dan Misi Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo
3. *Struktur organisasi* Bank Syariah Rajasa Lampung Tengah Kantor Kas Kalirejo

Mengetahui,
Pembimbing Tugas Akhir



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

Metro, Juli 2019
Mahasiswa Ybs.



Noni Fitria Herlin
NPM.1602080037

OUTLINE

STRATEGI PEMASARAN PRODUK MURABAHAH PADA BANK SYARIAH RAJASA LAMPUNG TENGAH KANTOR KAS KALIREJO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

D. Metode Penelitian

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran

1. Pengertian Strategi

2. Pengertian Pemasaran

3. Strategi Pemasaran

B. Murabahah

1. Pengertian Produk Bai' al-Murabahah

2. Dasar Hukum Murabahah

3. Rukun dan Syarat Murabahah

4. Skema Transaksi

BAB III PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank

1. Sejarah BPR Syariah Rajasa Lampung Tengah

2. Profil Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo

3. Visi dan Misi Bank Syariah Rajasa

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Rajasa

- B. Strategi Pemasaran Produk Murabahah Pada Bank Syariah Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah
- C. Hambatan-Hambatan Pemasaran Produk Murabahah

BAB IV PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

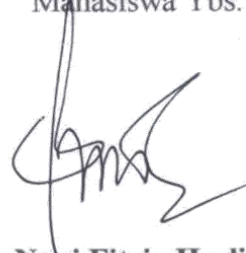
DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Pembimbing Tugas Akhir



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

Metro, Juli 2019
Mahasiswa Ybs.



Noni Fitria Herlin
NPM.1602080037



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Noni Fitria Herlin
NPM : 1602080037

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 PBS
Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
04.	Jumat 06-09- 2019	Ibu Widhiya	- Rata tengah di perhatikan!	
05	Senin 14-10- 2019.	Ibu Widhiya	- Revisi APD - lengkapi Abstrak - Tambahkan Teori Tentang Analisis SWOT	
06	Rabu 6-11- 2019	Ibu widhiya	- REVISI ABSTRAK	
07.	Rabu 13-11- 2019	Ibu widhiya	- REVISI CATAR BELAKANG MASALAH - REVISI KESIMPULAN	

Dosen Pembimbing

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

Mahasiswa Ybs.

Noni Fitria Herlin
NPM. 1602080037



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

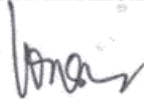
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Noni Fitria Herlin
NPM : 1602080037

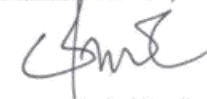
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
Semester/TA : VII/2019/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
8	Senin 2-Desember 2019	Ibu Widhiya	- Tambahkan daftar pustaka!	
5	2/12/19	✓	Ace kemungkas	

Dosen Pembimbing


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

Mahasiswa Ysb,


Noni Fitria Herlin
NPM.1602080037



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

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1067/ln.28/S/U.1/OT.01/12/2019**

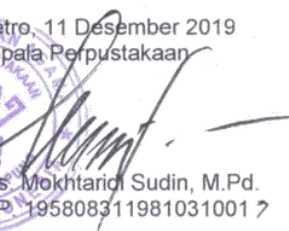
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : NONI FITRIA HERLIN
NPM : 1602080037
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602080037.

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 11 Desember 2019
Kepala Perpustakaan

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



RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Noni Fitria Herlin lahir di Tanjung Inten pada tanggal 01 April 1998. Merupakan putri kelima dari pasangan Bapak Suharlan dan Ibu Nur Syaifah. Pendidikan pertama peneliti di SDN 1 Taman Fajar Kec. Purbolinggo dan lulus pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di MTs Muhammadiyah Purbolinggo lulus pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Purbolinggo dan lulus pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan kuliah Perguruan Tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Diploma III Perbankan Syariah di mulai pada tahun ajaran 2016 sampai saat ini.