

SKRIPSI

STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MIKRODI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR FUNGSIONAL NON OPERASIONAL SALES OUTLET WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR

Oleh:

**RIA AGUSTINA
NPM.1602100055**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441H/2020M**

**STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN
MIKRO DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTORFUNGSIONAL
NON OPERASIONAL SALES OUTLET WAY JEPARA
LAMPUNG TIMUR**

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

Oleh:

**RIA AGUSTINA
NPM.1602100055**

Pembimbing I : Dr. Mat Jalil, M.Hum
Pembimbing II: Selvia Nuriasari, M.E.I

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/ 2020 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : **Mohon di Munaqosyahkan
Saudari Ria Agustina**

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Ria Agustina
NPM : 1602100055
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1 PBS)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH
PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK SYARIAH
MANDIRI KANTOR FUNGSIONAL NON
OPERASIONAL SALES OUTLET WAY JEPARA
LAMPUNG TIMUR

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

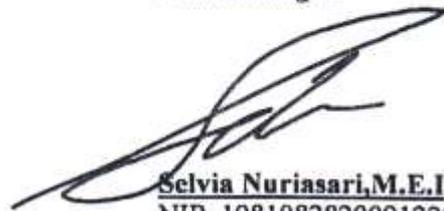
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

Metro, 13 Mei 2020
Pembimbing II



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

HALAMAN PERSETUJUAN

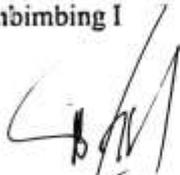
Judul Skripsi : STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH
PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR FUNGSIONAL NON OPERASIONAL SALES
OUTLET WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR

Nama : Ria Agustina
NPM : 1602100055
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

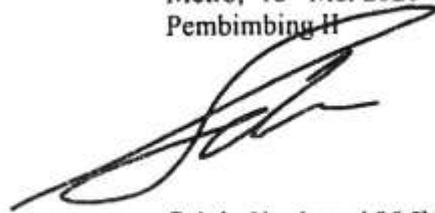
Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing I



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

Metro, 18 Mei 2020
Pembimbing II



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003



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

Jalan KH. Hajar Dewantara Kampus 15A Ilirngulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41907, Fax (0725) 47206 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 1981 / In. 28.5 / D / PP. 00.9 / 06 / 2020

Skripsi dengan judul: STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR FUNGSIONAL NON OPERASIONAL SALES OUTLET WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR, Disusun oleh: RIA AGUSTINA, NPM: 1602100055, Jurusan: SI Perbankan Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/19 Juni 2020.

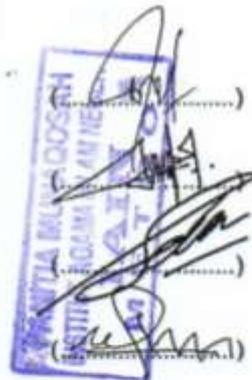
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dr. Mat Jalil, M.Hum

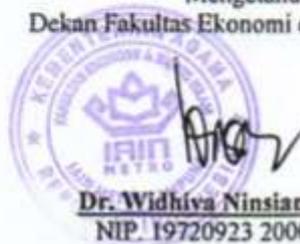
Penguji I : Liberty, SE., MA

Penguji II : Selvia Nuriasari, M.E.I

Sekretaris : Liana Dewi S, M.E.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

ABSTRAK

STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR FUNGSIONAL NON OPERASIONAL SALES OUTLET WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR

Oleh:
RIA AGUSTINA
NPM.1602100055

Menjaga perbankan untuk tetap berdiri dan beroperasi salah satunya dapat dilakukan dengan mempertahankan nasabah yang menjalin kerja sama dengan bank. Sebuah bank harus memiliki strategi tersendiri untuk hal tersebut. Maka dari itu, Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara menerapkan strategi *relationship marketing* dengan tujuan mempertahankan usahanya dalam kurun waktu yang lama. *Relationship marketing* berhubungan dengan kerja sama yang baik tanpa adanya pihak yang dirugikan untuk mencapai kepuasan bersama. Permasalahan dalam penelitian ini adalah penggunaan strategi *relationship marketing* yang diterapkan dari tahun 2016 sampai 2018 akan tetapi ditahun 2018 mengalami penurunan jumlah nasabah pembiayaan mikro meskipun strategi yang digunakan tetap sama seperti tahun-tahun sebelumnya. Maka penelitian ini berupaya untuk mendapatkan fakta di lapangan tentang bagaimana penerapan strategi *relationship marketing* dan kendala dalam penerapan strategi *relationship marketing* di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang berlokasi di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara Lampung Timur, yang bersifat deskriptif dengan berupaya mengumpulkan fakta yang ada tentang penerapan dan kendala dalam strategi *relationship marketing* untuk mempertahankan nasabah pembiayaan mikro. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan karyawan micro banking manager, micro financing analys, micro financing sales, dan nasabah pembiayaan mikro, teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi melalui selebaran brosur, visi misi dan struktur organisasi.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa penerapan strategi mempertahankan nasabah pembiayaan mikro di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara adalah menggunakan strategi *relationship marketing*, yaitu dengan mendasarkan wajib adanya *maintance*, loyalitas nasabah, serta komunikasi yang intens dan efektif. Namun, dari strategi *relationship* yang di terapkan oleh Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, masih terdapat beberapa kendala, diantaranya nasabah yang tidak ingin mengambil pembiayaan lagi karena belum membutuhkannya, belum ratanya pemberlakuan *maintance* oleh karyawan marketing dan kerja sama antar karyawan marketing belum maksimal. Dengan adanya kendala tersebut tidak dipungkiri dapat berakibat pada jumlah nasabah pembiayaan ulang yang mengalami penurunan pada tahun 2018. Maka dari itu Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara harus melakukan upaya yang lebih baik lagi untuk mengatasinya.

MOTTO

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَيُنَسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحْمَهُ
“Barang siapa senang apabila dilapangkan rizkinya dan dipanjangkan umurnya,
maka hendaklah ia menyambung tali kekerabatannya.”

(HR. Bukhari dan Muslim)

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ria Agustina
NPM : 1602100055
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1 PBS)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 19 Juni 2020
Yang Menyatakan,



Ria Agustina
NPM.1602100055

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang,

dengan ketulusan dan kerendahan hati

karya ini peneliti persembahkan kepada:

Ibunda tercinta “Juminem”

dan

Ayahanda tercinta “Kasio”

Yang melahirkanku, selalu disisiku dengan cinta dan kasih sayang,

Senantiasa memberikan nasihat dan doa demi keberhasilan “putri satu-satunya”

untuk mewujudkan cita-cita.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah peneliti ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas taufik, hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu, di antaranya:

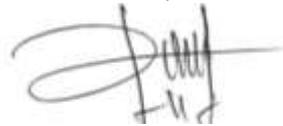
1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizer, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Reonika Puspita Sari, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah IAIN Metro
4. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku pembimbing I dan Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I selaku pembimbing II. Terimakasih atas segala arahan dan bimbingannya dan selalu meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan jutaan kebaikan dunia dan akhirat. Aamiin.
5. Bapak/Ibudosen IAIN Metro yang telah member ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

6. Almamater tercinta IAIN Metro dan sahabat-sahabat angkatan 2016 yang saya sayangi.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif yang dapat membantu memperbaiki hasil penelitian ini.

Akhir kata peneliti ucapkan terimakasih bagi para dosen, dan semua orang yang membantu atas selesainya skripsi ini, dan tidak lupa peneliti selalu berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pendidikan Perbankan Syariah.

Metro, 19 Juni 2020
Peneliti,



RiaAgustina
NPM.1602100055

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK	v
ORISINALITAS PENELITIAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penelitian Relevan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Loyalitas Nasabah	11
B. Ciri-Ciri Loyalitas Nasabah.....	12
C. Strategi Mempertahankan Nasabah (<i>Relationship Marketing</i>)	13
1. Definisi <i>Relationship Marketing</i>	13
2. Konsep Dasar <i>Relationship Marketing</i>	14
3. Faktor-Faktor Pembentuk <i>Relationship Marketing</i>	15
4. Langkah-Langkah <i>Relationship Marketing</i>	16
D. Pembiayaan Mikro	19
1. Pengertian Pembiayaan	19
2. Prinsip-Prinsip Pembiayaan	20
3. Usaha Mikro Di Indonesia	21
4. Peran Dan Fungsi Usaha Mikro	22
E. Bank Syariah	23

1. Pengertian Bank Syariah	23
2. Sejarah Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia	24
3. Peran Perbankan Syariah	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	27
B. Sumber Data	28
C. Teknik Pengumpulan Data	29
D. Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur ...	32
B. Produk Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur	35
C. Pelaksanaan Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur	42
D. Kendala dalam Pelaksanaan Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet way Jepara Lampung Timur	47
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri KFNOSO Way Jepara pada tahun 2016-2018	4
Tabel 2.3	Jangka Waktu Produk Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM).....	41
Tabel 2.4	Target Market Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM).....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi.....	35
Gambar 2.2 Mekanisme Pembiayaan Mikro.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi
2. Surat Keputusan Pembimbing Skripsi
3. Surat Keterangan Bebas Pustaka
4. Alat Pengumpul Data
5. Outline
6. Surat Tugas
7. Surat Izin Research
8. Surat Balasan Research
9. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, industri perbankan syariah sudah dimuali sejak tahun 1992, pada masa itu pelopor utamanya adalah dengan pendirian Bank Umum Syariah. Semakin lama perbankan syariah mengalami peningkatan dan semakin meluas dengan berdirinya perbankan-perbankan syariah baru.¹Tentunya perbankan menerapkan strategi yang tepat agar mampu bersaing mengembangkan dan memajukan usahanya bahkan mempertahankan usaha tersebut dalam kurun waktu yang lama. Strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi.²

Menjaga perbankan agar tetap berdiri dapat dilakukan dengan mempertahankan nasabah yang menjalin kerja sama dengan bank. Perbankan juga harus mampu membaca arah perekonomian terutama pesaing-pesaing yang dapat mempengaruhi usahanya.

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah, Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.³

¹Dwi Ayuningtyas, "Aral Melintang, Tepatkah Bank Syariah RI Spin-Off?", *www.cnbcIndonesia.com*, di akses pada 12 November 2019.

² Faisal Basri, *Perencanaan Strategis*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2013, 3.

³Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syariah Pasal 1 Ayat 1.

Setiap nasabah berada pada titik prioritas sebagai media penggerak bergulirnya arus keuangan disebuah bank. Nasabah adalah orang yang memanfaatkan jasa bank syariah dan/atau unit usaha syariah.⁴ Nasabah berperan sebagai sumber dari kegiatan menghimpun ataupun menyalurkan dana melalui produk dan jasa keuangan pada perbankan. Sehingga suatu bank dapat melakukan kegiatan oprasionalnya dengan lancar karena danayang terhimpun dan tersalurkan dapat terealisasikan dengan adanya nasabah.

Produk yang berkualitas akan banyak diminati oleh seorang nasabah. Produk dapat diartikan sebagai barang ataupun jasa. Kotller dan Keller mendefinisikan produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁵

Salah satu produk inovasi untuk mensejahterakan masyarakat usaha kecil menengah adalah pembiayaan mikro. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang telah memenuhi kriteria usaha mikro.⁶ Pembiayaan mikro dapat dilakukan pada sebuah perbankan, dan setiap perbankan akan memiliki strategi untuk produk pembiayaan mikronya.

Menurut Chandler, strategi merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan baik tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.⁷ Strategi digunakan bagi sebuah perbankan untuk mempertahankan bisnisnya. Tidak terkecuali, perbankan juga

⁴Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Nasabah Pasal 1 Ayat 16.

⁵Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati": Jurnal STIE Semarang, " No.2, 2016, 98.

⁶Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2012 Tentang Usaha Mikro Pasal 1 Ayat 5.

⁷Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, 3.

harus memiliki strategi untuk mempertahankan nasabah yang menjalin kerjasama. Karena mempertahankan nasabah lama sama pentingnya dengan mencari nasabah baru.⁸

Menjaga loyalitas nasabah dapat menjadi solusi untuk mempertahankan nasabah perbankan. Loyalitas nasabah menurut Reichheld, diartikan sebagai sebuah tingkatan dimana seorang nasabah atau konsumen akan tetap melakukan penggunaan satu produk yang sama terhadap satu perusahaan tertentu.⁹ Membentuk loyalitas nasabah, perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang dapat memberikan suatu dorongan kepada nasabah agar terjalin hubungan yang baik dengan perusahaan.¹⁰

Banyak penelitian yang telah mengangkat permasalahan yang berkaitan dengan strategi mempertahankan nasabah yang menggunakan berbagai macam teori serta fokus permasalahan yang berbeda. Salah satunya seperti penelitian yang dilakukan oleh Nur Mudmainah yang berjudul “Strategi Marketing dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada BMT Arsyada Kecamatan Batanghari” yang menggunakan teori strategi pemasaran dan teori loyalitas nasabah.

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah yang ada di Indonesia. Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet (KFNO SO) Way Jepara Lampung Timur merupakan salah satu

⁸Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2015, 107.

⁹Budi Santoso, *Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Sinarmas Kantor Cabang Mataram*, JMM UNRAM, Vol. 6, No. 1, 2017, 7.

¹⁰Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah, *Kajian Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah Perbankan Di Indonesia*, JBE, Vol. 26, No. 1, 2019, 34.

bankyang menyalurkan produk pembiayaan mikro dengan dua produk. Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM) yaitu pembiayaan yang diberikan kepada wiraswasta/professional maupun pegawai aktif untuk membiayai berbagai macam kebutuhan selain kebutuhan produktif, sedangkan Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) yaitu pembiayaan yang diberikan kepada wiraswasta/professional untuk membiayai kebutuhan produktif baik investasi maupun modal kerja, termasuk pegawai aktif yang telah memiliki usaha dan ingin mengembangkan usahanya.¹¹ Berikut peneliti akan menyajikan data jumlah nasabah pembiayaan mikro yang melakukan pembiayaan kembali setelah sebelumnya menyelesaikan pembiayaan mikro pada produk yang sama di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara dalam tiga tahun terakhir, yaitu:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara pada tahun 2016-2018

Jenis Pembiayaan Mikro	Jumlah Nasabah Pembiayaan Mikro		
	Per Desember 2016	Per Desember 2017	Per Desember 2018
Pembiayaan Usaha Mikro (PUM)	67 Nasabah	85 Nasabah	70 Nasabah
Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM)	57 Nasabah	63 Nasabah	44 Nasabah
Total	124 Nasabah	148 Nasabah	106 Nasabah

Sumber: Wawancara dengan Bapak Kurnia Illahi *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri¹²

¹¹ Riyan Ariwibowo, *Micro Financing Analyst* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara pada tanggal 1 November 2019

¹² Kurnia Illahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, pada tanggal 1 November 2019

Terlihat dari table tersebut jumlah nasabah lama yang melakukan pembiayaan kembali di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara dikatakan *fluktuatif* karena mengalami kenaikan di tahun 2017 dan penurunan ditahun 2018.

Strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara dalam menjaga loyalitas nasabah untuk mempertahankan kerjasamanya secara berkelanjutan yaitu menggunakan strategi *relationship marketing*. Strategi *relationship marketing* adalah strategi menjalin hubungan yang baik secara berkesinambungan, dan dalam pelaksanaannya yaitu dengan menerapkan pelayanan yang memuaskan serta menjalin keakraban yang baik dengan melakukan *maintance* salah satunya kunjungan ke tempat tinggal nasabah.¹³

Mempertahankan nasabah lama untuk menggunakan satu produk pada bank yang sama tidaklah mudah bahkan lebih sulit dibandingkan mencari nasabah baru. Dan dalam realisasinya jumlah nasabah lama yang melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara mengalami penurunan di tahun 2018 meskipun strategi yang diterapkan tetap sama seperti strategi pada tahun-tahun sebelumnya.

Berdasarkan permasalahan yang telah peneliti uraikan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Mikro Di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur”**.

¹³ Kurnia Illahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, pada tanggal 1 November 2019

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana penerapan strategi *relationship marketing* dalam mempertahankan nasabah pembiayaan mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur?
2. Apa yang menjadi kendala dalam penerapan strategi *relationship marketing* untuk Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional sales Outlet Way Jepara Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, adapun tujuan dari penulisan ini yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi *relationship marketing* di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur dalam mempertahankan nasabah pembiayaan mikro.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur dalam menerapkan strategi *relationship marketing* dalam mempertahankan nasabah lama pembiayaan mikro.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi serta menambah khazanah dan wawasan tentang strategi mempertahankan nasabah pembiayaan mikro bagi pembaca dan peneliti.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada pihak Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara mengenai strategi mempertahankan nasabah pembiayaan mikro.

E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan dalam penulisan skripsi adalah penelitian karya orang lain yang memiliki keterkaitan dengan tema atau topik penelitian yang akan di bahas oleh peneliti.¹⁴ Pada bagian ini memuat beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Di akhir penelitian relevan akan ditarik sebuah persamaan penelitian dan perbedaan dari penelitian yang memiliki keterkaitan serta akan ditarik kesimpulan pada bagian akhir.

Pertama, skripsi yang berjudul “Strategi Marketing dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada BMT Arsyada Kecamatan Batanghari” yang diteliti oleh Nur Mudmainah, Program Studi S1 Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro, pada tahun 2019.¹⁵ Penelitian ini

¹⁴*Pedoman Penulisan Skripsi*, (Metro: IAIN Metro, 2018), 30.

¹⁵Nur Mudmainah, *Strategi Marketing Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada BMT Arsyada Kecamatan Batanghari*, (Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019) dalam <http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/1100/>, diakses pada tanggal 5 November 2019.

bertujuan untuk mengetahui strategi marketing dalam membangun loyalitas nasabah pada BMT Arsyada Kecamatan Batanghari. Teori yang dipakai dalam penelitian ini berkaitan dengan teori strategi pemasaran dan teori loyalitas nasabah.

Kedua, skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Agen Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Untuk Produk Prulink Syariah Pada PT Prudential” yang diteliti oleh Oktavina Yesi Putranti, Program studi Muamalat (Ekonomi Islam) Konsentrasi Asuransi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, pada tahun 2014.¹⁶ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran agen PT Prudential dalam mempertahankan loyalitas nasabah prulink syariah. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut berkaitan dengan teori strategi pemasaran dan strategi loyalitas nasabah.

Ketiga, skripsi yang berjudul “Strategi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Harta Insan Karimah (BPRS HIK) Bekasi Dalam Mempertahankan Reputasi Dan Loyalitas Nasabah” yang diteliti oleh Isniyatul Mufarrokhah, Program Studi Manajemen Dakwah fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, pada tahun 2014.¹⁷ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk strategi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Harta Insani Karimah Bekasi dalam

¹⁶Oktavina Yesi Putranti, *Strategi Pemasaran Agen Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Untuk Produk Prulink Syariah Pada PT Prudential*, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014), diakses pada tanggal 5 November 2019.

¹⁷Isniyatul Mufarrokhah, *Strategi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Harta Insan Karimah (BPRS HIK) Dalam Mempertahankan Reputasi dan Loyalitas Nasabah*, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014), diakses pada tanggal 5 November 2019.

mempertahankan reputasi dan loyalitas nasabah dari aspek pelayanan serta kendala yang dihadapinya. Teori yang digunakan dalam penelitian berkaitan dengan teori strategi dan reputasi, teori loyalitas, teori pelayanan dan teori pembiayaan.

Melihat beberapa penelitian relevan yang telah diuraikan di atas, maka terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti. Persamaan yang dapat ditarik dari penelitian-penelitian tersebut adalah konteks mempertahankan dan menjaga konsumen atau nasabah yang menjalin kerjasama dengan perbankan. Namun, terdapat perbedaan dalam fokus permasalahan yakni peneliti memfokuskan pada penurunan jumlah nasabah lama pembiayaan mikro di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara dengan melihat kendala dari penerapan strategi *relationship marketing* yang menyebabkan penurunan jumlah nasabah lama tersebut dengan menggunakan teori loyalitas nasabah dan *relationship marketing*, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian yang akan dilakukan peneliti memiliki perbedaan pada teori yang digunakan dan objek sasaran penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Loyalitas Nasabah

Menurut Reichheld, loyalitas nasabah adalah sebuah tingkatan dimana seorang nasabah atau konsumen akan tetap melakukan penggunaan satu produk yang sama terhadap satu perusahaan tertentu.¹

Menurut Oliver, loyalitas nasabah didefinisikan sebagai komitmen seorang konsumen atau pembeli terhadap satu produk, jasa, merek, atau organisasi.²

Dick and Basu define customer loyalty as *"the strength of the relationship between an individual's relative attitude and repeat patronage"*.³ Loyalitas pelanggan adalah kekuatan hubungan antara sikap seseorang dengan pembelian yang berulang.

Menurut Kotler, pelanggan dikatakan loyal apabila pelanggan memiliki komitmen yang baik untuk menggunakan satu produk secara rutin dan ada niat untuk menggunakan produk tersebut di masa yang akan datang.⁴

¹Budi Santoso, *Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Sinarmas Kantor Cabang Mataram*, JMM UNRAM, Vol. 6, No. 1, 2017, 7.

²*Ibid.*,

³Charles Makanyeza, *Mediators Of The Relationship Between Service Quality And Customer Loyalty*, IJBM, Vol. 35, No.3, 2017, 342.

⁴Zulkifli, *Relationship Marketing Terhadap Customer Retention dan Customer Loyalty pada Nasabah bank Mega Tbk*, Jurnal Manajemen dan Akutansi, Vol. 1, No. 1, 2012, 57.

Dari beberapa definisi tersebut peneliti mendefinisikan bahwa loyalitas nasabah adalah bentuk pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau berulang terhadap satu jenis produk di perusahaan yang sama.

B. Ciri-Ciri Loyalitas Nasabah

Gramer dan Brown, pernah mendefinisikan tentang loyalitas nasabah yang diartikan sebagai tingkatan sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara berulang dari satu perusahaan, memiliki kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan pada penyedia jasa yang sama apabila keinginan memenuhi kebutuhan jasa yang sama diwaktu yang akan datang pada produk yang sama.⁵

Menurut Griffin, terdapat beberapa ciri-ciri konsumen yang loyal terhadap barang maupun jasa, dan mencirikannya kedalam lima 4 bentuk ciri. Pertama, seorang pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian lebih dari satu kali atau secara berulang. Kedua, pelanggan akan membeli antar lini produk atau jasa perusahaan yang sama. Ketiga, pelanggan juga akan merefrensikan nilai positif dari produk atau jasa kepada orang lain. Keempat, pelanggan juga dengan senang hati akan menunjukkan kekebalan atau kekuatan dari daya tarik produk sejenis dari pada produk perusahaan lain.⁶

Sedangkan Kottler, menjabarkan bahwa ciri-ciri dari nasabah loyal kedalam tiga macam. Pertama, *repeat purchase* yaitu seorang pelanggan yang

⁵Annisa Aqsha Wardhana, Analisis Kinerja Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah, Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 1, 2017, 3.

⁶Nurdiman, Pengaruh Customer Relationship Management Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Tiku Cabang Bukit Tinggi, Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi, Vol. 6, No. 2, 2017, 253.

melakukan pembelian secara berulang-ulang sebagai bentuk kesetiaannya terhadap satu produk. Kedua, *retention* adalah seorang pelanggan yang menunjukkan ketahanan dari produk lain atau dengan kata lain pelanggan tidak tertarik dengan produk sejenis dari pesaing. Ketiga, *Refferals* yaitu seorang pelanggan yang merekomendasikan atau merefrensikan produk jasa yang digunakannya kepada orang lain baik itu teman, saudara dan yang lainnya.⁷

C. Strategi Mempertahankan Nasabah (*Relationship Marketing*)

1. Definisi *Relationship Marketing*

Menjaga nasabah agar tetap puas dan loyal (tidak berpindah ke bank lain), perlu adanya hubungan-hubungan dengan nasabah secara terus menerus. Bukan hanya menciptakan suatu hubungan yang baik tetapi lebih penting lagi memelihara dan mempertahankan kesetiaan nasabah.⁸ Menurut Murry, *relationship marketing* dikaitkan dengan upaya untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang mana terdapat hubungan yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan yang dapat membangun adanya transaksi ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan.⁹

Menurut Zeithmal, *Relationship marketing is a philosophy of doing business a strategic orientation, that focuses on keeping and improving*

⁷Arfad Fermady, Pengaruh Kinerja Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen, *Digest Marketing*, Vol. 1, No. 1, 2015, 18.

⁸Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 226.

⁹Nurudin, Pengaruh *relationship Marketing*, Citra Perusahaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 10, No. 1, 2018, 21.

current customers, rather than on acquiring new customer. Dengan demikian *Relationship marketing* diartikan sebagai suatu filosofi dalam menjalankan bisnis yang focus dalam perbaikan pelayanan dengan pelanggan yang sudah ada, dibandingkan dengan mencari langganan baru.¹⁰

Chan S mendefinisikan *relationship marketing* sebagai praktek membina hubungan yang lebih dekat agar menciptakan komunikasi dua arah dan menghasilkan hubungan saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan.¹¹

Gronroos memiliki pendapat bahwa *relationship marketing* sebagai upaya mengembangkan, mempertahankan, meningkatkan dan mengkomersialisasikan relasi pelanggan dalam rangka mencapai tujuan.¹²

Jadi, berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa *relationship marketing* adalah upaya menjaga hubungan baik antara konsumen dengan perusahaan dalam rangka menciptakan hubungan yang saling menguntungkan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan.

2. Konsep Dasar *Relationship Marketing*

Menurut Kotler, konsep *relationship marketing* perlu dikembangkan agar terjaga hubungan yang berkelanjutan antara konsumen

¹⁰Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 274.

¹¹Arie Indra Gunawan, *Peningkatan Loyalitas Nasabah Perbankan Melalui Strategi Relationship Management*, *Edunomic*, Vol. 3, No. 2, 2015, 290.

¹²*Ibid.*, Zulkifli, *Relationship Marketin*, 56.

dengan perusahaan.¹³ Seorang konsumen akan merasa lebih untung jika berhubungan dengan perusahaan langgananya yang sudah dikenal lebih dulu dibandingkan perusahaan baru yang belum diketahuinya. Jika perusahaan konsisten memperhatikan konsumennya maka konsumen akan selalu berlangganan dengan perusahaan dan menjaga *relationship*-nya.¹⁴

Menurut Storbacka dan Lehtinen, terdapat tiga konsep dalam *relationship* yaitu sebagai berikut:¹⁵

- a. Konsep pertama, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan membina hubungan baik dalam jangka waktu yang panjang dengan konsumen.
- b. Konsep kedua, diferensiasi produk diubah menjadi diferensiasi proses agar membuka peluang tak terbatas yang menghasilkan berbagai macam hubungan.
- c. Konsep ketiga, suatu perusahaan akan membina hubungan yang baik dan lebih kuat jika perusahaan bertanggung jawab dalam membangun hubungan tersebut.

3. Faktor-Faktor Pembentuk *Relationship Marketing*

Berdasarkan pendapat Tandjung, *relationship marketing* dapat bertumbuh dengan melalui beberapa cara di antaranya sebagai berikut:¹⁶

¹³*Ibid.*, Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran*, 275.

¹⁴*Ibid.*, 277.

¹⁵*Ibid.*, Arie Indra Gunawan, *Peningkatan Loyalitas*, 291.

¹⁶Indri Hastuti Listyawati, *Implementasi Relationship Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*, JBMA, Vol. 1, No. 2, 2013, 27.

- a. *Interaction customer relationship*, terjadi pada saat pertemuan pertama antara satu kelompok dengan kelompok yang lain, yang mana dalam interaksi tersebut terjadi komunikasi dua arah.
- b. *Coordinating activities*, kegiatan interaksi dua arah yang membutuhkan koordinasi terhadap aktivitas yang membantu terjalinnya hubungan yang baik.
- c. *Adaptions*, tujuan utama dari kegiatan bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan bersama. tidak ada kegiatan yang terjalin baik tanpa adanya adaptasi karena adaptasi bisa menciptakan kondisi yang saling menguntungkan.

4. Langkah-Langkah Relationship Marketing

Usaha menjamin tercapainya keberhasilan atas implementasi pembinaan hubungan jangka panjang, Khoe Yao Tung berpendapat bahwa dibutuhkan beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu sebagai berikut:¹⁷

- a. Mengidentifikasi konsumen atau pelanggan utama. Langkah ini dilakukan dengan menentukan pelanggan utama atau nasabah prioritas sebagai target dalam *relationship marketing*.
- b. Mengumpulkan dan mencari informasi tentang pelanggan. Dalam langkah ini ditunjuk seorang yang akan menjadi manajer dalam kegiatan *relationship marketing* untuk dapat menciptakan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.

¹⁷Sudirman Zaid, *Pengaruh relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Sulawesi Tenggara*, Ekuitas, Vol. 11, No. 3, 2007, 413-414.

- c. Mengukur nilai pelanggan dalam program *relationship marketing*. Dengan melakukan penjelasan laporan *relationship*, tujuan, tanggung jawab serta criteria masing-masing dari masing-masing komponen yang melayani pelanggan.
- d. Memotivasi dan mengelola organisasi bagi *relationship marketing*. Dalam langkah ini dilakukan kegiatan yang membangkitkan dan mengkomunikasikan organisasi untuk membina suatu hubungan yang baik dengan konsumen dalam jangka panjang.
- e. Pemasaran untuk himpunan pikiran terhadap fungsi. Langkah ini merupakan kerjasama dan perpaduan antara bagian di dalam organisasi dan menjadikan satu bentuk kerjasama tersebut dalam satu kumpulan pikiran organisasi.
- f. Meningkatkan bahkan memantapkan keterkaitan dengan pelanggan. Langkah ini mencakup perencanaan dan penetapan tujuan, strategi, tindakan, dan sumberdaya yang dibutuhkan.

Menurut Chan, langkah-langkah atau tahapan dalam menerapkan konsep *relationship marketing* dibagi kedalam tujuh tahapan, yaitu:¹⁸

- a. Dapat mengenali pelanggan lebih baik dan membangun *database* pelanggan.
- b. Melakukan segmentasi pelanggan dan menentukan pelanggan mana yang akan menjadi pelanggan prioritas.

¹⁸Harniza Harun, Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah, Jurnal Manajemen Pemasaran Modern, Vol. 3, No. 1, 2011, 64.

- c. Memberikan kemudahan-kemudahan bagi pelanggan baik dalam bentuk fasilitas ataupun yang lainnya untuk berinteraksi.
- d. Memudahkan penanganan interaksi pelanggan melalui teknologi terkini seperti memanfaatkan internet.
- e. Memberikan pengalaman yang menarik bagi pelanggan.
- f. Memberikan pelayanan secara personal.
- g. Mempertahankan loyalitas pelanggan.
- h.

5. *Relationship Marketing* dalam Perspektif Islam

Lembaga Keuangan seperti perbankan tidak dapat terlepas hubungan dengan nasabah. Nasabah sebagai prioritas utama partner untuk menjalin hubungan kerja sama yang baik. Dalam menjalin hubungan, Islam telah mengatur tentang menjalin hubungan atau tali silaturahmi antara dua pihak. Maka hubungan antara perbankan dengan nasabahnya harus tetap terjaga dengan baik. Dengan adanya hubungan kerja sama antara dua pihak melalui silaturahmi, maka akan meluaskan rizki dan memanjangkan usia sebagaimana sabda Rasulullah SAW.

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَيُنَسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ

فَلْيَصِلْ رَحْمَتَهُ

Artinya: “*Barang siapa yang ingin dipanjangkan usianya dan dibanyakkan rezekinya, hendaklah ia menyambung tali silaturahmi persaudaraan.*”¹⁹

Hadits di atas memberikan pengertian kepada kita tentang pentingnya bersilaturahmi, karena silaturahmi memperpanjang usia dan memperbanyak rizki. Dan dari hadits tersebut jelas bahwa dalam Islam memberikan tuntutan apabila menjalankan bisnis untuk melakukan hubungan yang baik dengan partner bisnisnya dengan silaturahmi dan kerjasama yang baik tanpa ada satu pihak yang dirugikan

D. Pembiayaan Mikro Syariah

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah aktivitas dalam menyalurkan dana kepada pihak yang membutuhkan dana secara prinsip syariah. Penyaluran dana pembiayaan didasarkan dengan prinsip kepercayaan yang diberikan pemilik dana kepada pihak yang membutuhkan dana.²⁰

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah kegiatan penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan dana dan penyaluran pembiayaan didasarkan pada prinsip kepercayaan yang digunakan untuk kegiatan investasi yang telah direncanakan sebelumnya.

¹⁹Yusuf Rianto, “*Memperpanjang Umur dan Melancarkan Rizki*”, <https://www.kompasiana.com/www.yusufrianto.com/552a48976ea834c77d552d17/ingin-memperpanjang-umur-anda-dan-memperlancar-rezeki-anda>, di akses pada 19 April 2020

²⁰Leni Leviana, *Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang*, I-Finance, Vol.3, No.2, 2017, h.125.

2. Prinsip-Prinsip Pembiayaan

Jual beli adalah perpindahan kepemilikan atas suatu barang atau benda. Keuntungan bank ditentukan pada saat awal dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Macam-macam prinsip jual beli adalah:²¹

- a. Pembiayaan *Murabahah*, adalah transaksi jual beli dimana bank menyebutkan jumlah keuntungannya. Bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok di tambah keuntungan.
- b. Pembiayaan *Salam*, adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada. Barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai.
- c. Pembiayaan *Istisna*, adalah pembiayaan ini hamper sama dengan salam, tetapi dalam *istisna* pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapak kali (termin) pembayaran.

3. Usaha Mikro di Indonesia

Berdasarkan pengertian dari peraturan Bank Indonesia, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik badan usaha perorangan ataupun milik perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000, 00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk dengan bangunan dan tanah tempat kegiatan usaha;

²¹ Adiwarmen A. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011, 98-100.

- b. Memiliki pendapatan usaha dalam setahun paling banyak Rp 300.000.000, 00 (tiga ratus juta rupiah).²²

Jumlah usaha mikro di Indonesia meningkat pesat dimulai tahun 1980 sebanyak 7 ribu menjadi 40 juta pada tahun 2001.²³

Jadi, dapat disimpulkan bahwa usaha mikro menjadi peranan penting dalam sebuah pembangunan ekonomi. Dengan pertumbuhannya yang cenderung bertambah sejak tahun 1980 sampai 2001 pengembangan usaha mikro memberikan kontribusi terhadap perubahan struktur pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan.

4. Peran Dan Fungsi Usaha Mikro

Berikut telah dikemukakan beberapa peran dan fungsi usaha mikro sebagai usaha yang merakyat:²⁴

- a. Penyerapan Tenaga Kerja

Adanya usaha mikro dapat membantu menyumbangkan peluang bagi pengurangan angka pengangguran dalam sebuah negara.

- b. Pemerataan Pendapatan

Jumlah usaha mikro di Indonesia cukup banyak dan tersebar dengan berbagai jenis usaha dalam setiap wilayah. Sehingga

²²Undang-Undang Nomor 14/12/PBI/2012 Tentang Pemberian Kredit atau Pembiayaan oleh Bank Umum dan Bantuan Teknis Dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 1 Ayat 5.

²³Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), 112.

²⁴Muhammad, *Lembaga Keuangan Mikro Syariah Pergulatan Melawan Kemiskinan dan Penetrasi Ekonomi Global*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 35.

masyarakat akan terbantu perekonomiannya apabila bergabung dengan usaha mikro tersebut.

c. Nilai Tambah Bagi Produk Daerah

Setiap wilayah pasti memiliki potensi sumber dayanya masing-masing. Apabila sumber daya tersebut dapat dikelola secara profesional oleh usaha mikro maka kondisi ini akan memberikan nilai tambah.

d. Peningkatan Taraf Hidup

Dengan adanya keterbukaan lapangan pekerjaan sektor usaha mikro, diharapkan dapat menyerap tenaga kerja sehingga mereka yang pengangguran dapat menambah penghasilan guna memenuhi kebutuhan diri dan keluarga.

Jadi, keberadaan usaha mikro dapat membantu peluang meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak dengan mengurangi jumlah pengangguran dan pemerataan pendapatan.

E. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Perbankan Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.²⁵

Perbankan Islam atau Perbankan Syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariat (hukum) Islam.²⁶

²⁵Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syariah Pasal 1 Ayat 1.

Jadi, berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa perbankan syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usahanya dengan sistem yang dijalankan secara prinsip syariah.

Dasar hukum pada perbankan syariah berdasarkan ayat al-qur'an salah satunya dalam Q.S An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

تَرَاضٍ عَنِ تَجْرَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَطْلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَاءَ أَمْنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*”²⁷

2. Sejarah Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia

Pelopor berdirinya Bank Syariah di Indonesia adalah Bank Muamalat tahun 1991. Bank Muamalat didirikan oleh Majelis Ulama Indonesia, Ikatan Cendikiawan Muslim Indonesia (ICMI), Pengusaha muslim dan juga pemerintah.

Krisis moneter yang terjadi di tahun 1998 sudah menenggelamkan banyak bank konvensional. Tetapi bank yang menerapkan sistem syariah bisa tetap bertahan menghadapi krisis moneter saat itu. Langkah strategis yang dilakukan untuk pengembangan perbankan syariah yakni pemberian

²⁶ Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017), 16.

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), 65.

keuntungan, kenyamanan juga keamanan bagi pemegang sahamnya, pemegang surat berharganya, penyimpanan dana bank syariah.

Perbankan syariah sebenarnya bisa menggunakan momentum ini untuk menunjukkan bahwa perbankan syariah benar-benar tahan dan kebal krisis dan mampu tumbuh dengan signifikan. Oleh sebab itu perlu langkah-langkah strategis supaya merealisasikannya. Langkah strategis yang dilakukan untuk pengembangan perbankan syariah yakni pemberian izin kepada bank-bank konvensional untuk membuka kantor cabang unit usaha syariah (UUS) atau konversi dari bank konvensional menjadi bank syariah.

Langkah strategis tersebut merupakan respons inisiatif dari perubahan Undang-Undang Perbankan No.10 tahun 1998. Undang-Undang tersebut pengganti Undang-Undang No.7 tahun 1992 yang mengatur dengan jelas landasan hukum dan jenis usaha yang dapat dilakukan atau diimplementasikan oleh bank syariah.²⁸

3. Peran Perbankan Syariah untuk Untuk Sektor Usaha Mikro

Keberadaan bank syariah di Indonesia menjadi suatu dasar perekonomian Islam setelah lahirnya Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 yang telah direvisi melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun

²⁸Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni dan Tira Nur Fitria, *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam STIE-AAS Surakarta, Vol.01, No.02, 2015, h.83.

1998. Terdapat beberapa uraian yang mendefinisikan tentang peranan bank syariah, yaitu sebagai berikut:²⁹

- a. Memurnikan kegiatan operasional perbankan syariah agar dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat;
- b. Memberikan efek kesadaran bagi umat Islam agar dapat memperluas segmen dan pasar pada perbankan syariah;
- c. Menjalani kerja sama dengan para ulama untuk peningkatan taraf hidup kemaslahatan umat Islam.

Hadirnya bank syariah diharapkan bisa memberi masukan atau sumbangan bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan-pembiayaan yang dimiliki oleh perbankan syariah. Dengan adanya pembiayaan ini, bank syariah bisa menjadi mitra dengan nasabah.

Perbankan syariah di Indonesia akan selalu jadi bank mitra pilihan nasabah apabila mampu bersinergi dengan baik dan menjaga loyalitas nasabahnya. Dengan demikian akan membantu pembangunan ekonomi syariah umat Islam yang berdasarkan prinsip syariah.

²⁹Setia Budi Wilardjo, *Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syariah Si Indonesia*, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang, VALUE ADDED, Vol. 2, No.1, 2005, h.5-6.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenisnya penelitian ini termasuk penelitian lapangan, penelitian lapangan merupakan penelitian dengan mengadakan pengamatan secara langsung di lapangan tentang suatu fenomena yang terjadi, dan biasanya dalam penelitian ini menggunakan catatan lapangan yang kemudian dianalisis dengan suatu cara yang ditetapkan.¹

Terkait penelitian lapangan (*Field Research*) dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian langsung pada objek penelitiannya yaitu Kantor Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur yang beralamatkan di Jl. Raya Lintas Pantai Timur Sumatra No 147, Braja Sakti, Way Jepara Kabupaten Lampung Timur.

2. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul yang ada pada penelitian ini, maka penelitian ini bersifat deskriptif, penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menggambarkan, melukiskan, atau memaparkan

¹Lexy J Moleng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 26

keadaan suatu objek (*realitas* atau fenomena) secara apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan.²

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada tentang penerapan strategi mempertahankan nasabah pembiayaan mikro dan kendala apa yang ada pada strategi *relationship marketing* sehingga menyebabkan penurunan jumlah nasabah lama pada Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara Lampung Timur.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang digunakan untuk mendapat segala informasi mengenai fakta, dan realitas yang terkait dengan suatu penelitian yang mana kaitannya sangat jelas dan secara langsung.³ Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah karyawan Micro Banking Manager, Micro Financing Analyst, dan Micro Financing Sales Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak langsung yang dapat dijadikan sumber pendukung data primer untuk mendapatkan data informasi, fakta

63. ²Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Pontianak: Perpustakaan Nasional, 2015),

³Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 70.

dan realitas serta dapat memperjelas gambaran dalam sebuah penelitian.⁴Sumber data sekunder dapat berupa dokumen, baik dalam bentuk tertulis maupun foto.Pada penelitian ini, sumber data sekunder yang digunakan berasal dari buku-buku teori yang berkaitan dengan penelitian ini, sertradari internet dan kepustakaan lainnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan seperti buku teori, jurnal, dan e-book.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian yang akan peneliti lakukan digunakan teknik pengumpulan data sebagaiberikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan tatap muka antara dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga didapatkan informasi yang akurat dalam sebuah penelitian.⁵Teknik wawancara bermakna sebagai kegiatan yang berhadapan langsung antara pewawancara dengan responden yang dilakukan secara lisan.

Terkait penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan karyawan Micro Banking Manager Bapak Kurniawan Illahi, karyawan Micro Financing Analsy Bapak Riyan Ari Wibowo dan karyawan Micro Financing Sales Bapak Wahyu Susilo, yaitu menggunakan wawancara bebas terpimpin dengan pedoman pertanyaan yang disusun secara

⁴Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 72.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 384.

sistematis dan juga bebas menanyakan hal-hal yang terkait dengan penelitian.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah alat yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan informasi berupa tulisan, gambar, bografi, data jumlah nasabah, peraturan serta kebijakan yang dapat dijadikan bahan untuk menunjang penelitian.⁶

Teknik ini peneliti gunakan untuk memperoleh informasi yang berasal dari lembaran visi, misi, brosur, struktur organisasi Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara Lampung Timur dan lain sebagainya. Seperti brosur pembiayaan mikro dan gambar struktur organisasi, serta brosur profil perusahaan.

D. Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan harus di analisis apabila hendak diteliti. Pengertian analisis data sendiri adalah proses mencari serta menyusun data yang didapat dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta dokumentasi dengan cara menyusun dan memilih mana yang penting dan yang akan dikaji sehingga dapat ditarik kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri ataupun orang lain.⁷

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 396.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 402.

Sedangkan menurut *Patton*, analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.⁸

Berdasarkan pengertian yang telah disebutkan, peneliti dapat mendefinisikan bahwa analisis data merupakan suatu proses untuk mengolah dan mengorganisasikan data berdasarkan informasi melalui catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi yang telah diperoleh untuk dikaji dan diolah menjadi hasil yang lebih mudah dimengerti atau dipahami oleh peneliti maupun pembaca.

Kaitannya dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data informasi yang telah diperoleh dari study lapangan, wawancara, dokumentasi, study pustaka, dan data-data pendukung lainnya. Jadi, dari data-data yang terkumpulkan melalui analisis data kemudian dikaji untuk menarik kesimpulan untuk mengetahui bagaimana penerapan serta kendala dari strategi *relationship marketing* dalam mempertahankan nasabah pembiayaan mikro di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara Lampung Timur dalam mempertahankan nasabah pembiayaan mikro. Sehingga kesimpulan tersebut dapat mudah dipahami peneliti dan pembaca.

⁸Lexy J Moleng, *Metode Penelitian Kualitatif*, 280.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara

Bank Syariah Mandiri didirikan pada tanggal 31 Juli 1999 melalui merger (penggabungan) beberapa perusahaan yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Bank Syariah Mandiri sebagai lembaga intermediasi memiliki peluang untuk mengembangkan bisnis dalam pembiayaan mikro untuk tujuan produktif dan serbaguna mengingat potensi pasar pembiayaan mikro yang luas.¹

Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara didirikan dengan bertujuan meningkatkan portofolio pembiayaan mikro dengan mengandalkan Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM).

Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara berdiri sejak tahun 2011 yang beralamat Jl. Raya Lintas Pantai Timur Sumatra No 147, Braja

¹Dokumentasi Website Profil Perusahaan PT Bank Syariah Mandiri 18 Maret 2020

Sakti, Way Jepara Kabupaten Lampung Timur. Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara berbatasan dengan:

- a. Sebelah Timur : Bank BRI Teras Pasar Way Jepara
- b. Sebelah Barat : Pasar Way Jepara
- c. Sebelah Utara : Pasar Way Jepara
- d. Sebelah Selatan : Pasar Way Jepara

Letak Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara sangat strategis, bank berada pada lokasi dimana terjadinya interaksi para pengusaha atau pedagang unit kecil menengah yang ada di pasar way jepara. Namun, Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara juga memiliki pesaing yang berdekatan jaraknya dengan Bank BRI Teras Pasar Way Jepara.

Bangunan Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara berdiri dengan menyewa ruko yang terdapat di Pasar Way Jepara. Dalam masa operasionalnya, yang menjabat sebagai Micro Banking Manager pada tahun 2011 sampai 2014 adalah Bapak Yandi Afriandi, tahun 2014 sampai 2019 adalah Bapak Solekhan, dan tahun 2019 sampai saat ini adalah Bapak Kurnia Ilahi.²

Visi Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara adalah Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha dan Misi Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara adalah sebagai berikut:³

²Kurnia Ilahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 18 Maret 2020

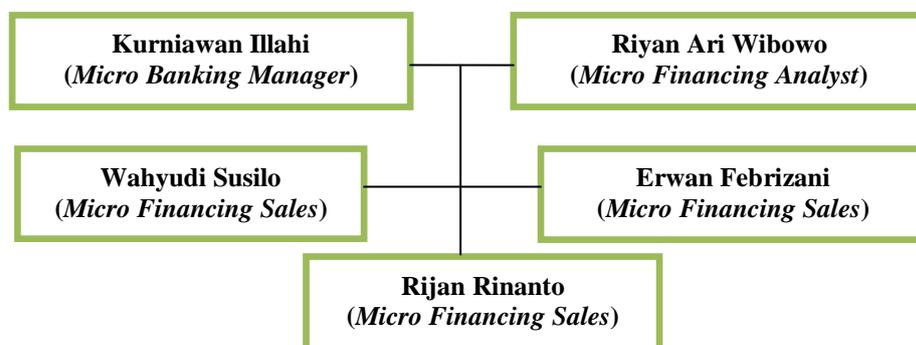
³ Dokumentasi Buku Saku Aktivitas Harian Pelaksanaan Marketing Mikro BSM Warung Mikro Mandiri Syariah

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
- b. Mengutamakan Penghimpunan dana consumer dan penyaluran pembiayaan pada segmen Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).
- c. Merekrut dan mengembangkan pegawai professional dalam lingkungan kerja yang sehat.
- d. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.
- e. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

2. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara

Struktur organisasi memperlihatkan bahwa terdapat pembagian tugas kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan berbeda yang dikoordinasikan. Susunan yang terbentuk menjadi sebuah struktur organisasi sangat dibutuhkan guna pembagian kerja dan menetapkan kedudukan serta peran masing-masing dalam kesatuan kerjasama untuk mencapai tujuan organisasi. Adapun struktur organisasi dari Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri
KFNO SO Way Jepara



- a. Micro Banking Manager (MBM) adalah pegawai dibawah supervise Branch Manager yang mensupervisi 1 Unit Micro Bank Syariah Mandiri. MBM memiliki kewenangan memutar pembiayaan yang melekat pada personal.
- b. Micro Financing analyst (MFA) adalah pihak yang melakukan analisa pembiayaan, membuat nota analisa, melakukan *compliance review*, penilaian agunan, serta melakukan nasabah *on the spot*.
- c. Micro Financing Sales (MFS) pihak yang melakukan pemasaran produk pembiayaan mikro, mengumpulkan dokumen syarat pengajuan pembiayaan dan mencocokkan dengan yang asli serta menerima setoran pembiayaan.
- d. Mitra Mikro (MM) adalah pihak yang melakukan penagihan dan menerima setoran angsuran pembiayaan nasabah mikro.⁴

B. Produk Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur

Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara merupakan unit mikro BSM yang berkantor di *Branch* maupun luar daerah *Branch* Kantor Fungsional Operasional(KFO) yang melayani pembiayaan mikro.⁵

1. Pengertian Produk Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro(PSM)

Pembiayaan Usaha Mikro atau PUM adalah pembiayaan yang diberikan kepada wiraswasta/professional maupun pegawai aktif untuk membiayai kebutuhan produktif baik untuk investasi maupun modal

⁵Buku Saku Produk Pembiayaan Mikro Bank Syariah Mandiri

kerja, termasuk pegawai aktif yang telah memiliki usaha dan ingin mengembangkannya.

Pembiayaan Serbaguna Mikro atau PSM adalah pembiayaan yang diberikan kepada wiraswasta/professional maupun pegawai aktif untuk membiayai berbagai macam kebutuhannya selain kebutuhan produktif.⁶

Mekanisme Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara sebagai berikut:



2. Akad Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM)

Akad yang digunakan adalah akad murabahah yaitu akad jual beli yang digunakan dalam rangka pembiayaan oleh bank, dimana bank akan membeli barang yang digunakan oleh nasabah dari pemasok lalu menjual

⁶Kurnia Ilahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 18 Maret 2020

barang tersebut kepada nasabah dengan harga jual sebesar nilai harga peroleh ditambah margin keuntungan yang telah disepakati.⁷

3. Tujuan dan Besaran Margin Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM)

Tujuan dari PUM yaitu dipergunakan untuk pembiayaan yang produktif baik investasi maupun modal kerja. Sedangkan tujuan dari PSM adalah untuk pembiayaan berbagai macam kebutuhan (selain produktif), selama tidak melanggar kesesuaian, ketertiban umum dan hukum.

Besaran plafon adalah sebesar Rp50.000.000 sampai dengan Rp200.000.000 dan margin annual per tahun yang disesuaikan jumlah pembiayaan yang di ambil. Besaran margin adalah sebagai berikut:⁸

- a. < Rp50.000.000 = 22, 01%
- b. >Rp50.000.000 s.d Rp100.000.000 = 20, 01%
- c. >Rp100.000.000 s.d Rp200.000.000 = 18, 01%

4. Agunan dan Usia Minimal Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM)⁹

Usia nasabah untuk produk PUM minimal adalah 21 tahun/ sudah menikah dan usia maksimal 65 tahun saat pembiayaan lunas. Sedangkan produk PSM usia nasabah minimal 21 tahun atau sudah menikah dan maksimal 60 tahun saat pembiayaan lunas atau tidak melebihi batas usia pension, serta wiraswasta 65 tahun. Pihak calon nasabah dan pasangan

⁷*Ibid.*,

⁸Rijan Rinanto, Micro Financing Sales Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way jepara, Wawancara. 18 Maret 2020

⁹Buku Saku Produk Pembiayaan Mikro Bank Syariah Mandiri Warung Mikro

wajib melakukan *iDEB Chacking* atau informasi debitur sebelum pembiayaan dilakukan.

Agunan yang diterima beserta syarat dan ketentuan untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

- a. Agunan pembiayaan yang dapat diterima terdiri dari tanah, dan bangunan, tanah kosong, kendaraan, kios, dan *cash collateral*.
- b. Syarat Agunan adalah sebagai berikut:

- 1) Tanah, tanah dan bangunan

Tanah kosong yang dapat dijadikan agunan merupakan tanah produktif memiliki nilai jual tinggi. Agunan tanah bangunan atau tanah kosong yang tidak memiliki akses jalan tidak diperkenankan dijadikan agunan. Agunan persawahan atau tambak dengan akses jalan pematang/galangan diperkenankan.

- 2) Kendaraan

Kendaraan sepeda motor merek Jepang maksimal usia kendaraan < 7 tahun pada saat pembayaran lunas. Kendaraan mobil merek Jepang maksimal kendaraan <15 tahun pada saat pembiayaan lunas. Kendaraan mobil merek Eropa, Amerika, dan Korea maksimal usia kendaraan <10 tahun pada saat pembiayaan lunas. Agunan berupa kendaraan niaga yang dapat diterima merek Jepang dan maksimal sisa usia kendaraan tidak lebih dari 8 tahun saat pembiayaan lunas.

3) Kios

Untuk agunan kios maka jangka waktu pembiayaan tidak boleh melebihi masa jatuh tempo sewa perizinan kios tersebut.

4) *Cash Collateral*

Cash Collateral wajib atas nasabah

5. Jangka waktu Produk Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM)¹⁰

Tabel 4.1.
Jangka waktu Produk Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM)

Pembiayaan Usaha Mikro (PUM)	Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM) Berdasarkan Pekerjaan Nasabah	
Maksimal 36 bulan untuk modal kerja, dan maksimal 60 bulan untuk investasi	Pegawai tetap seperti instansi pemerintah, Lembaga Negara BUMN/BUMD	1) Limit > Rp 50jt jangka waktu maksimal 120 bulan 2) Limit < Rp50jt Jangka waktu maksimal 96 bulan 3) Jangka waktu pembiayaan tidak boleh melebihi batas pension di perusahaan.
	Pegawai tetap swasta	Payroll: 1) Limit > Rp50jt jangka waktu maksimal 120 bulan 2) Limit < Rp50jt jangka waktu maksimal 96 bulan 3) Jangka waktu pembiayaan tidak boleh melebihi batas pension di perusahaan tempat bekerja. Non Payroll: 1) Limit > 50jt jangka waktu maksimal 96

¹⁰ Buku Saku Produk Pembiayaan Mikro Bank Syariah Mandiri Warung Mikro

Pembiayaan Usaha Mikro (PUM)	Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM) Berdasarkan Pekerjaan Nasabah	
		bulan 2) Limit < 50jt jangka waktu maksimal 60 bulan 3) Jangka waktu pembiayaan tidak boleh melebihi batas pension di perusahaan tempat bekerja.
	Pegawai tidak tetap instansi pemerintah/lembaga Negara BUMN/BUMD	Maksimal 36 bulan
	Pegawai tidak tetap (kontrak/outsource) swasta	Maksimal 12 bulan
	Wiraswasta professional	Maksimal 60 bulan

Terlihat dalam table di atas bahwa jangka waktu untuk produk pembiayaan mikro dapat dilakukan dengan waktu yang berkisar 12 sampai 60 bulan atau 1 sampai 5 tahun. Dan jangka waktu tersebut berdasarkan golongan pembiayaan menurut pekerjaan nasabah.

6. Target Market Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM)¹¹

Tabel 4.2.
Target Market Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM)

Pembiayaan Usaha Mikro (PUM)	Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM)
Warga Negara Indonesia (WNI) yang berdomisili di Indonesia.	
Usaha telah berjalan minimal 2 tahun	a. Telah diangkat menjadi pegawai tetap b. Telah bekerja minimal 1 tahun di perusahaan/instansi saat ini

¹¹Buku Saku Produk Pembiayaan Mikro Bank Syariah Mandiri Warung Mikro

C. Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlate Way Jepara Lampung Timur

Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara menerapkan strategi *relationship marketing* untuk mempertahankan nasabah pembiayaan mikro. Strategi *relationship marketing* yang paling mendasar di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara yaitu:¹²

1. Wajib Adanya *Maintenance*

Masing-masing karyawan marketing yang ada di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara diwajibkan untuk melakukan *maintenance* untuk menjaga hubungan yang baik dengan nasabah pembiayaan. *Maintenance* adalah suatu bentuk pemeliharaan atau menjaga hubungan dengan nasabah.

Menurut bapak Kurnia Illahi selaku micro banking manager, pelaksanaan *maintenance* harus dilakukan setiap hari dan dapat dilaksanakan kapanpun terutama pada saat memberikan pelayanan terhadap nasabah. *Maintenance* dilakukan kepada setiap nasabah dan bukan hanya kepada nasabah tertentu saja tetapi berlaku untuk semua nasabah. Setiap nasabah yang telah disetujui pembiayaannya dan sudah melaksanakan akad pembiayaan bukan berarti setelah selesai akad pembiayaan tersebut karyawan marketing tidak melakukan *maintenance*. Akan tetapi, masih harus

¹²Kurnia Ilahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 18 Maret 2020

guna memelihara kerja sama dan komitmen antara nasabah dengan pihak perbankan.¹³

Bentuk *maintance* tersebut adalah yang harus dilakukan oleh karyawan marketing untuk menanyakan kabar dan menanyakan prospek usaha nasabah.¹⁴ Seperti yang dilakukan oleh bapak Rijan sebagai micro financing sales beliau sering menanyakan prospek usaha yang dijalankan oleh nasabah terlebih pada saat hendak jatuh tempo pembayaran kewajiban setor atas pembiayaan.¹⁵ Dengan adanya *mantance* bank dapat memantau pergerakan kegiatan nasabah dalam prospek pembiayaan yang diambil, sehingga diharapkan bank dapat menekan angka kegagalan dalam kewajiban pembiayaan oleh nasabah.¹⁶

2. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah bentuk komitmen nasabah yang bertahan untuk melakukan pembiayaan ulang karena telah memiliki kerja sama yang baik dengan bank itu sendiri. Membentuk loyalitas nasabah dapat dilakukan seperti:

a. melakukan kunjungan silaturahmi

Hubungan silaturahmi memang wajib dilakukan oleh semua orang.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Riyan Ari Wibowo selaku

¹³Kurnia Ilahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 18 Maret 2020

¹⁴Kurnia Ilahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 18 Maret 2020

¹⁵Rijan, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 19 April 2020

¹⁶Kurnia Ilahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 18 Maret 2020

micro financing analys, yang mana beliau sering melakukan kunjungan silaturahmi ke tempat tinggal nasabah untuk sekedar melihat kegiatan keseharian nasabah dan menganalisis segala tentang nasabah yang berkaitan dengan usaha dan pembiayaan yang dilakukan. Dari kegiatan yang sering berkunjung tersebut bapak Riyan Ari Wibowo juga sering mendapatkan undangan silaturahmi dari nasabah seperti pada saat nasabah hendak melaksanakan syukuran. Maka dari hal tersebut didapatkan suatu bentuk hubungan kerjasama yang menjamin loyalitas nasabah menginginkan hubungan timbal balik dari hubungan kerja sama yang dilakukan.¹⁷

b. *sharing* tentang masalah usaha

Apabila terdapat nasabah yang sedang mengalami kendala dalam usahanya ataupun kendala lain yang berkaitan dengan keberlangsungan kerja sama dengan bank, maka bank dengan sigap harus dapat membantu permasalahan tersebut. Berdasarkan wawancara dengan bapak Riyan selaku Micro Financing Sales, beliau mengatakan pernah terjadi salah seorang nasabah yang ia tangani mengalami gagal panen pada saat musim *paceklik* yang mengakibatkan kerugian dalam usaha tani nasabah dan mempengaruhi nasabah dalam kewajiban setor atas pembiayaan yang diambil. Dari permasalahan yang terjadi, bapak Riyan memberikan bentuk dukungan seperti memotivasi nasabah untuk terus

¹⁷ Riyan Ari Wibowo, *Micro Financing Analys* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 18 Maret 2020

semangat berusaha dan memberikan solusi kepada nasabah untuk dapat mengatasi permasalahan dalam kewajiban setor atas pembiayaan mikronya.¹⁸

c. pendekatan seperti teman sendiri.

Pelaksanaan dalam melakukan pendekatan nasabah sering dilakukan Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara ketika terdapat *event* kegiatan yang mengikut sertakan masyarakat umum seperti kegiatan bersepeda ria. Menurut Bapak Wahyudi selaku Micro Financing Sales yang mana beliau memiliki hobi bersepeda sering menawarkan dan mengajak nasabahnya untuk ikut meramaikan kegiatan bersepeda agar menjalin hubungan keakraban yang lebih dekat seperti teman sendiri. Kegiatan bersepeda juga diramaikan dengan kumpulan pecinta bersepeda seperti *GoJep*(Gowes Jepara).¹⁹

Membentuk loyalitas nasabah juga dapat dilakukan dengan cara memberikan nilai-nilai positif seperti pelayanan sesuai dengan standar perbankan pada umumnya. Bentuk loyalitas nasabah akan memberikan dampak yang baik kepada perbankan, seperti terciptanya *word of mounth* marketing oleh nasabah dan *tranding image* di wilayah perbankan karena bentuk loyalitas nasabah telah tercipta.²⁰

¹⁸ Rijan, *Micro Financing Sales*, Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara 18 Maret 2020

¹⁹ Wahyudi, *Micro Financing Sales*, Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 19 April 2020

²⁰ Kurnia Ilahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 19 April 2020

Pihak yang menumbuhkan loyalitas nasabah adalah seluruh anggota Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara terutama karyawan marketing yang berhadapan langsung untuk memberikan pelayanan kepada nasabah. Waktu pelaksanaan untuk pembentukan loyalitas nasabah adalah setiap saat dan saat memberikan service atau pelayanan dengan nasabah.²¹

3. Komunikasi Intens dan Efektif

Komunikasi penting dilakukan karena dapat berpengaruh terhadap suatu hubungan kerja sama yang terjalin. Maka Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara mewajibkan setiap karyawan marketing untuk menjalin komunikasi dengan nasabah pembiayaan mikro secara intens dan efektif.

Jalinan komunikasi yang dibangun antara Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara dengan nasabah pembiayaan mikro salah satunya dilakukan dengan memanfaatkan sarana komunikasi telepon.

Pelaksanaan komunikasi intens dilakukan dengan cara karyawan marketing harus rajin menjaga hubungan komunikasi dapat berupa memberi perhatian kepada nasabah seperti sekedar mengucapkan selamat hari raya ataupun bentuk simpati lainnya, bukan hanya mengingatkan nasabah tentang waktu jatuh tempo saja. Simpati tersebut juga dapat berupa tindakan seperti yang pernah dilakukan oleh Bapak Wahyudi sebagai Micro Financing Sales yang pernah dihubungi oleh nasabahnya

²¹Wahyudi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 19 April 2020

yang sedang berhalangan untuk datang membayar setorannya dan meminta Bapak Wahyudi untuk menjemput di tempat tinggal nasabah.²²

Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara juga memberikan keleluasaan nasabah untuk menyampaikan keluh kesahnya agar pihak bank dapat membantu dengan memberi arahan ataupun solusi bagi nasabah pembiayaan mikro. Hal ini sebagai bentuk komunikasi yang efektif guna menjaga kerja sama yang dibangun.

Komunikasi intens dilakukan setiap hari dan dilakukan oleh karyawan marketing kepada setiap nasabahnya.²³

Selain melakukan wawancara dengan pihak Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara tentang penerapan strategi mempertahankan nasabah dengan menggunakan *relationship marketing*, peneliti juga melakukan wawancara dengan pihak nasabah aktif yang sedang menjalin kerjasama pembiayaan mikro. Nasabah yang dipilih adalah nasabah yang melakukan pembiayaan lebih dari satu kali di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara. Adapun hasil wawancara kepada nasabah pembiayaan mikro adalah sebagai berikut:

Menurut Bapak Bero tentang strategi *relationship marketing* yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, beliau mengatakan bahwa merasa nyaman dan puas dengan strategi yang diterapkan tersebut. Karyawan marketing memberikan perlakuan dan sikap

²²Wahyudi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 19 April 2020

²³Kurnia Ilahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 19 April 2020

pelayanan yang baik, dalam memberikan informasi juga dijelaskan secara detail dan rinci. Sehingga beliau memutuskan untuk tetap memilih Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara untuk melakukan pembiayaan mikro.²⁴

Menurut Ibu Ahmadi tentang strategi *relationship marketing* yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, beliau merasa pelaksanaan strategi tersebut cukup baik karena Ibu Ahmadi merasa dekat dan tidak sungkan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan marketing. Dan akhirnya dari keakraban hubungan kerja sama yang terjalin membuat beliau melakukan pembiayaannya kembali di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara.²⁵

D. Kendala dalam Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur

Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jeparamenrapkan strategi *relationship marketing* dengan tiga dasar penerapan dengan melakukan *maintance* nasabah, loyalitas nasabah, serta komunikasi intens dan efektif. Akan tetapi, dalam pelaksanaan yang dilakukan oleh karyawan di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara masih belum dilakukan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang ditetapkan oleh bank dan menjadi kendala pada penerapan strategi *relationship marketing* di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara Lampung timur.

²⁴Bero, Nasabah Pembiayaan Mikro Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, Tanggal 11 April 2020

²⁵Ibu Ahmadi, Nasabah Pembiayaan Mikro Bank Syariah Mandssiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 19 April 2020

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Kurnia Illahi selaku Micro Banking Manager, beliau mengatakan terdapat beberapa kendala dalam mempertahankan nasabahnya yaitu sebagai berikut:²⁶

1. Kegiatan *mantance* nasabah harus dilakukan kepada seluruh nasabah pembiayaan mikro dan bukan kepada nasabah tertentu saja. Akan tetapi, kegiatan *maintance* yang dilakukan oleh karyawan marketing mayoritas dilakukan hanya sebatas kepada nasabah yang belum membayar kewajiban setoran pembiayaan. Sehingga nasabah lain yang melakukan setoran dengan lancar tidak dilakukan *maintance* secara aktif.
2. Dalam melakukan kegiatan strategi harus dilaksanakan dengan kerja sama tim yang baik guna tercapainya tujuan bersama. Akan tetapi, kerja sama antar karyawan marketing Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara dalam mempertahankan nasabah belum maksimal. Mayoritas karyawan marketing mengutamakan kegiatan mencari nasabah baru dikarenakan pencairan pembiayaan perbulan rata-rata setiap karyawan marketing ditargetkan sebesar 350jt perbulan dan 400jt perbulan untuk karyawan *grading* senior. Sehingga karyawan marketing juga focus mencari nasabah baru. Dan *maintance* nasabah belum menjadi prioritas utama karyawan marketing.

Adanya kendala tersebut membuat Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara melakukan upaya dalam meminimalisirnya, yaitu dengan giat mengingatkan setiap karyawan marketing untuk selalu memantau dan

²⁶Kurnia Illahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 13 April 2020

menjaga hubungan baik antara nasabah dengan karyawan marketing dan selalu memberikan pelayanan terbaiknya.²⁷

Strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara untuk mempertahankan nasabah pembiayaan mikro dengan menggunakan strategi *relationship marketing* ternyata belum maksimal karena terdapat kendala yang terjadi. Tidak dipungkiri kendala tersebut dapat berakibat pada jumlah nasabah pembiayaan mikro yang mengalami penurunan di tahun 2018. Berdasarkan upaya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara dalam mengatasi kendala yang terjadi, dianggap masih belum efektif. Seharusnya dengan strategi yang digunakan, bank dapat menjaga dan mempertahankan nasabah serta tidak akan mengalami penurunan jumlah nasabah. Jika bank ingin mengatasi kendala tersebut dengan sungguh-sungguh dan kembali meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan, maka bank harus mampu mengatasi kendala tersebut dengan semaksimal mungkin.

²⁷Kurnia Ilahi, *Micro Banking Manager* Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara, Wawancara, 13 April 2020

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan adalah strategi yang digunakan untuk mempertahankan nasabah pembiayaan mikro oleh Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara digunakan strategi *relationship marketing*. Penerapannya yang dilakukan yaitu dengan cara melakukan *maintance*, membentuk dan menjaga loyalitas nasabah serta menjalin komunikasi secara intens dan efektif. Namun, berdasarkan dari penelitian di atas dalam penerapan strategi mempertahankan nasabah dengan menggunakan *relationship marketing* masih terdapat kendala yang terjadi. Seperti ketidakrataan pelaksanaan *maintance* yang hanya dilakukan oleh karyawan marketing kepada nasabah yang belum membayar setoran saja, lalu kurangnya kerjasama antar karyawan marketing karena tidak memprioritaskan *maintance* melainkan lebih mencari nasabah baru.

B. Saran

Diharapkan Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara agar tetap mempertahankan kinerja baiknya dan memperbaiki serta menjagahubungan kerja sama dengan setiap nasabah pembiayaan mikro. Perlu adanya pemahaman dan peringatan kepada setiap karyawan marketing untuk selalu mengutamakan untuk menjalin dan menjaga hubungan baik dengan semua nasabah pembiayaan mikro dan tidak mengabaikan *maintance*. Sehingga dapat

lebih banyak menciptakan loyalitas nasabah dan kerja sama yang baik melalui *relationship marketing* guna mempertahankan nasabah yang menjalin kerja sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, M., Abdul, H.R., & Tiara, N.F. "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah STIE-AAS Surakarta*, Vol.1, No.02/2015.
- Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017.
- Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Arie, I.G. "Peningkatan Loyalitas Nasabah Perbankan Melalui Strategi Customer Relationship Managemen." *Jurnal Edunomik*. Vol.3, No.2/2015.
- Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Jakarta: Kencana, 2016.
- Basri Faisal, *Perencanaan Strategis*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2013.
- Budi Santoso, Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Sinarmas Kantor Cabang Mataram, *JMM UNRAM*, Vol. 6, No. 1/2017.
- Charles Makanyeza, Mediators Of The Relationship Between Service Quality And Customer Loyalty, *IJBM*, Vol. 35, No.3/2017.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2005
- Ferlangga Al Yozikadan Nurul Khalifah. "Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah." *Jurnal Edunomika*. Vol.1, No.2/2017.
- Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pontianak: Perpustakaan Nasional, 2015.
- Indri Hastuti Listyawati, Implementasi Relationship Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan, *JBMA*, Vol. 1, No. 2/2013.
- Isnihatul Mufarrokah. "Strategi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Harta Insan Karimah (BPRS HIK), (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014)
- Karim A. Adiwirman, *Bank Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011
- Leni, L. "Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang." *I-Finance*. Vol.3, No.2/2017.

Lexy J Melong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012.

Muhammad, *Lembaga Keuangan Mikro Syariah Pergulatan Melawan Kemiskinan dan Penetrasi Ekonomi Global*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Nur Mudmainah. "Strategi Marketing Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah

Oktavina Yesi Putranti. "Strategi Pemasaran Agen dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Untuk Produk Prulink Syariah Pada PT Prudential". (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014)

Pada BMT Arsyada Kecamatan Batanghari, (Institut Agama Islam Negeri Metro 2019)"

Pedoman Penulisan Skripsi. Metro: IAIN Metro, 2018.

Rianto Nur Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati." *Jurnal STIE Semarang*. Vol.8, No.2/2016.

Setia, B.W. "Pengertian, Peran dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang*. Value Added, Vol.2, No.1/2005.

Sudirman Zaid, Pengaruh relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Sulawesi Tenggara, *Ekuitas*, Vol. 11, No. 3/2007.

Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Undang-Undang Nomor 14/12/PBI/2012
Tentang Pemberian Kredit atau Pembiayaan oleh Bank
Umum dan Bantuan Teknis Dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro,
Kecil, dan Menengah

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syariah.

Zulkifli. "Relationship Marketing Terhadap Customer Retention Dan Customer Loyalty Pada Nasabah Bank Mega Tbk Malang." *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Vol.1, No.1/2012.

LAMPIRAN



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296.

Nomor : 2723/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

15 Oktober 2019

Kepada Yth:

1. Dr. Mat Jalil, M.Hum.
 2. Selvia Nuriasari, M.E.I.
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Ria Agustina
NPM : 1602100055
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Mikro Di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara

Dengan ketentuan :

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

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

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan


MUHAMMAD SALEH

OUTLINE

STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR FUNGSIONAL NON OPERASIONAL SALES OUTLET WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINIL PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Loyalitas Nasabah
- B. Ciri-ciri Loyalitas Nasabah
- C. Strategi Mempertahankan Nasabah (*Relationship Marketing*)
 - 1. Definisi *Relationship Marketing*
 - 2. Konsep Dasar *Relationship Marketing*
 - 3. Faktor-Faktor Pembentuk *Relationship Marketing*

4. Langkah-Langkah *Relationship Marketing* dalam Perspektif Islam
 5. *Relationship Marketing*
- D. Pembiayaan Mikro
1. Pengertian Pembiayaan
 2. Prinsip-Prinsip Pembiayaan
 3. Usaha Mikro Di Indonesia
 4. Peran Dan Fungsi Usaha Mikro
- E. Bank Syariah
1. Pengertian Bank Syariah
 2. Sejarah Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia
 3. Peran Perbankan Syariah

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur
- B. Produk Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur
- C. Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur
- D. Kendala dalam Strategi Mempertahankan Nasabah Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

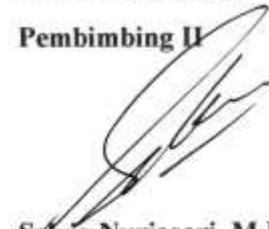
Mahasiswa Ybs,



Ria Agustina

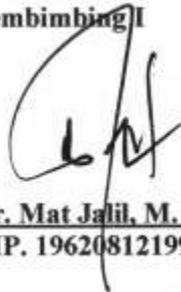
NPM. 1602100055

Pembimbing II



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Pembimbing I



Dr. Mat Jalil, M. Hum
NIP. 196208121998031001

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR FUNGSIONAL NON OPERASIONAL SALES OUTLET WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR

A. Wawancara

Wawancara dengan Mikro Banking Manager Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur yaitu bapak Kurnia Illahi.

1. Produk pembiayaan mikro apa saja yang ada di Bank Syariah Mandiri Way Jepara?
2. Bagaimana prosedur dan syarat pengajuan pembiayaan mikro di Bank Syariah Mandiri Way Jepara?
3. Bagaimana strategi yang diterapkan untuk mempertahankan nasabah lama pembiayaan mikro dengan menggunakan *relationship marketing* di Bank Syariah Mandiri Way Jepara?
4. Apakah terjadi kendala pada pelaksanaan strategi tersebut baik dari pihak nasabah ataupun bank?
5. Apa yang dilakukan oleh bank untuk mengatasi kendala yang terjadi?

Wawancara dengan pihak nasabah pembiayaan mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur.

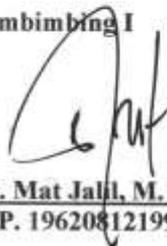
1. Bagaimana menurut anda tentang penerapan strategi *relationship marketing* yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Way Jepara?
2. Apakah strategi tersebut yang mendasari anda untuk melakukan pembiayaan kembali di Bank syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara?

6. Apakah layanan fasilitas yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur menjadi faktor saudara/i melakukan pembiayaan mikro di bank tersebut?

B. Dokumentasi

1. Profil Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur.
2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur.
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur.
4. Tugas dan Wewenang Karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Non Operasional Sales Outlet Way Jepara Lampung Timur.

Pembimbing I


Dr. Mat Jalil, M. Hum
NIP. 196208121998031001

Mahasiswa Ybs,


Ria Agustina

NPM. 1602100055

Pembimbing II


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003



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

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

Nomor : 0012/In.28/D.1/TL.00/01/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Mikro Banking Manager Bank
Syariah Mandiri KFNO SO Way
Jepara LamTim
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

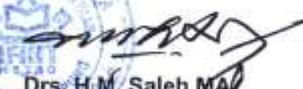
Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0011/In.28/D.1/TL.01/01/2020, tanggal 03 Januari 2020 atas nama saudara:

Nama : **RIA AGUSTINA**
NPM : 1602100055
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Bank Syariah Mandiri KFNO SO Way Jepara LamTim, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR FUNGSIONAL NON OPERASIONAL SALES OUTLET WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 Januari 2020
Wakil Dekan I,

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



Nomor : 22/0593/S107
Lampiran : -
Perihal : Balasan Permohonan Izin Observasi

Kepada Yth.
Rektor IAIN Metro
di-
Tempat

Menanggapi surat dari IAIN Metro Nomor 0012/In.28/D.1/TL.00/01/2020 tanggal 03 Januari 2020 perihal permohonan izin mengadakan observasi pada mahasiswa:

Nama : **Ria Agustina**
NPM : **1602100055**
Jurusan : **SI Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **“STRATEGI MEMPERTAHANKAN NASABAH
PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR FUNGSIONAL NON OPERASIONAL SALES
OUTLET WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR”**

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

Demikian balasan ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Way Jepara, 18 Maret 2020



mandiri
syariah
Kurnia Hani
Kota Metro - Lampung
Micro Banking Manager



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

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-271/In.28/S/U.1/OT.01/04/2020**

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

Nama : RIA AGUSTINA
NPM : 1602100055
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602100055.

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 sepenuhnya.

Metro, 23 April 2020
Kepala Perpustakaan


Drs. Mokhtari Sudin, M.Pd
NIP.1958082119810301001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34112 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ria Agustina Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam) /SI-Perbankan Syariah
NPM : 1602100055 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jenin 18/05 ²⁰²⁰	Perbaikan Skripsi Bab 4 dan 5 APD + Outline ACC di manuskrip	

Dosen Pembimbing I,

Dra. Mat Jalil M. Hum.
NIP.196208121998031001

Mahasiswa ybs,

Ria Agustina
NPM. 1602100055



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ria Agustina Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah
NPM : 1602100055 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamir, 23 April 2020	ACC Skripsi	

Dosen Pembimbing II,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa ybs,

Ria Agustina
NPM. 1602100055



RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Ria Agustina dilahirkan di Metro, tanggal 26 Agustus 1998. Nama panggilan Ria, yang merupakan anak ke empat dari pasangan Bapak Kasio dan Ibu Juminem.

Peneliti telah menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 5 Metro Timur pada tahun 2010, SMP Islam YPI 02 Metro pada tahun 2013, dan SMK Negeri 1 Metro pada tahun 2016. Pada tahun 2016 lalu peneliti terdaftar menjadi mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam melalui jalur SPAN-PTKIN