

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*
(Studi Kasus Bank Aman Syariah Sekampung Lampung Timur)

Oleh :

NOVA SISKA APRILIA

NPM. 141269710



Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1439 H/ 2018 M

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*
(STUDI KASUS BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG
LAMPUNG TIMUR)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Tugas
Dan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelas S.E

Oleh:

Nova Siska Aprilia

NPM.141269710

Pembimbing I : Dr. Suhairi,S.Ag, MH

Pembimbing II : Drs. Dri Santoso, MH

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1439/2018

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH**
(Studi Kasus Bank Aman Syariah Sekampung Lampung Timur)

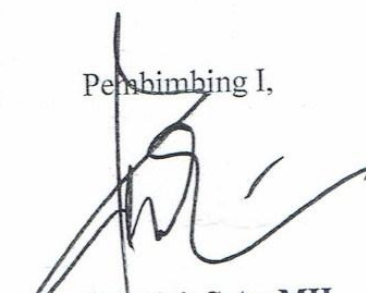
Nama : **NOVA SISKA APRILIA**
NPM : 141269710
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI


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

Metro, November 2018

Pembimbing I,


Dr. Suhairi, S.Ag.MH
NIP. 19721001 199903 1 003

Pembimbing II,


Drs. Dri Santoso, MH.
NIP. 19670316 199503 1 001

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqsyahkan
Saudari Nova Siska Aprilia**

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

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

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

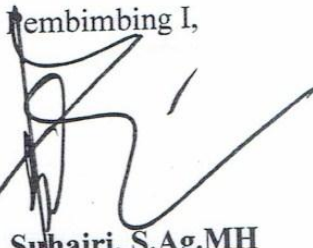
Nama : **NOVA SISKA APRILIA**
NPM : 141269710
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH
(Studi Kasus Bank Aman Syariah Sekampung Lampung
Timur)**

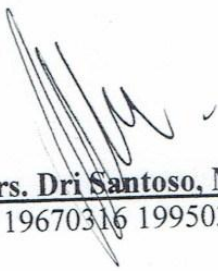
Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqsyahkan. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, November 2018

Pembimbing II,

Pembimbing I,

Dr. Suhairi, S.Ag.MH
NIP. 197211001 199903 1 003


Drs. Dri Santoso, MH.
NIP. 19670316 199503 1 001



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

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

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 0179 / In. 28.3 / 0 / PP.00.9 / 01 / 2019

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH (Studi Kasus Bank Aman Syariah Sekampung Lampung Timur), disusun Oleh: NOVA SISKAPRILIA, NPM: 141269710, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Senin / 31 Desember 2018.




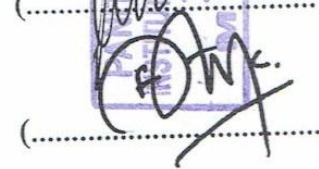
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dr. Suhairi, S.Ag.MH

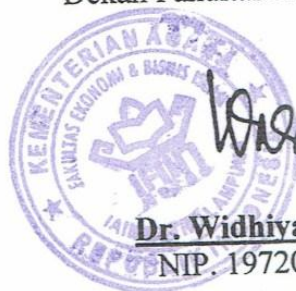
Penguji I : Nizaruddin, S.Ag.,MH.

Penguji II : Drs. Dri Santoso, MH.

Sekretaris : Fitri Kurniawati, M.E.Sy

()
()
()
()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH
(Studi Kasus Bank Aman Syariah Sekampung Lampung Timur)

ABSTRAK

Oleh:

NOVA SISKA APRILIA

PT BPRS Aman Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang berada di wilayah Sekampung Lampung Timur. Keberadaan lembaga keuangan ini baik syariah maupun konvensional tentunya menimbulkan persaingan diantara lembaga keuangan yang lain. Oleh karenanya setiap lembaga keuangan harus memiliki strategi untuk memasarkan produk-produk yang dimiliki lembaga keuangan tersebut. Strategi pemasaran merupakan sebuah rancangan yang besar dan rencana yang menyeluruh dibidang pemasaran dalam memberikan aturan dan arahan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.

PT BPRS Aman Syariah memiliki 6 produk pembiayaan salah satunya yaitu pembiayaan *mudharabah*. *Mudharabah* merupakan akad kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menjadi penyedia dana (*shahibul mal*) dan pihak kedua menjadi pengelola (*mudharib*). Akan tetapi pembiayaan *mudharabah* memiliki jumlah nasabah yang minim jika dibandingkan dengan pembiayaan lain. Hal ini disebabkan karena minimnya sumber daya manusia pada masyarakat dalam memahami pembiayaan *mudharabah*, serta kurangnya pemahaman dan pengembangan dari marketing itu sendiri. Pertanyaan penelitian ini adalah “bagaimana strategi Bank Aman Syariah dalam memasarkan pembiayaan *Mudharabah*”? Manfaat teoretis dari penelitian ini untuk menambah khazanah keilmuan perbankan syariah khususnya terutama dalam hal pembiayaan *mudharabah*. Dan manfaat praktis penelitian ini yaitu memberi masukan bagi perbankan syariah khususnya dalam memasarkan pembiayaan *mudharabah*.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Direktur dan marketing Bank Aman Syariah serta beberapa nasabah. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data-data mengenai profil, struktur organisasi serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah*. Metode yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif. Dan teknik analisis data menggunakan metode berfikir induktif yaitu berangkat dari fakta yang khusus ditarik secara generalisasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah* yang dilakukan oleh Bank Aman Syariah belum maksimal karena yang selama ini dilakukan hanya mencakup strategi promosi dan strategi harga saja. Strategi promosi dilakukan melalui penyebaran brosur, penjualan pribadi (*personal selling*), edukasi kepada masyarakat serta melalui media sosial *facebook* dan *whatsapp*. Sedangkan strategi harga dengan selalu disebutkan pendapatan bagi hasil yang selama ini didapatkan oleh Bank Aman Syariah guna membuat calon nasabah tertarik.

ORISINILITAS PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:


Nama : Nova Siska Aprilia
NPM : 141269710
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

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

Metro, November 2018

Yang menyatakan




Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710

MOTTO

وَلِكُلِّ دَرَجَةٍ مِّمَّا عَمِلُوا^ط وَلِيُوفِّيَهُمْ أَعْمَلَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٩﴾

Artinya : Dan setiap orang memperoleh tingkatan menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan balasan pekerjaan-pekerjaan mereka, sedang mereka tiada dirugikan. (Q.S Al Ahqaf : 19)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Mushaf Al-Azhar: Bandung, 2010), h. 504

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas selain rasa syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan study ini. Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua ku tercinta Bapak Jabarudin dan Ibu Sukarsih yang telah memberikan kasih sayang, nasehat serta doa restu yang tiada henti
2. Adik kandungku Aura Martha Fadila yang selama ini memberikan dukungan semangat demi terselesaikannya skripsi ini
3. Untuk sahabat-sahabatku Desi Wahyuni, Devi Indriyani, Nurlita Dewi yang selama ini selalu bersama-sama dalam keadaan apapun dan selalu memberikan dukungan kepada peneliti
4. Teman-teman seperjuangan S1 PBS angkatan 2014
5. Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari skripsi ini tidak akan dapat berhasil tanpa adanya bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktunya dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dr. Suhairi, S.Ag, M.H selaku pembimbing 1
4. Bapak Drs. Dri Santoso, M.H selaku pembimbing 2
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) serta staff IAIN Metro
6. Bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk mengadakan penelitian. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi Ilmu Perbankan Syari'ah .

Metro, November 2018

Peneliti,



Nova Siska Aprilia
(141269710)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Strategi Pemasaran	12
1. Pengertian Strategi Pemasaran	12
2. Strategi Pemasaran Yang Efektif	14
3. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran.....	17
4. Bauran Pemasaran.....	19
5. Riset Pemasaran	26

B. Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	27
1. Pengertian Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	27
2. Rukun Dan Syarat Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	28
3. Dasar Hukum Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	31
4. Jenis-Jenis Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	33
5. Aplikasi Pembiayaan <i>Mudharabah</i> Dalam Perbankan	33
6. Manfaat Dan Resiko Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	35
7. Fatwa DSN- MUI Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
1. Sifat Dan Jenis Penelitian.....	39
2. Sumber Data	40
3. Teknik Pengumpulan Data.....	41
4. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Profil Bank Aman Syariah	45
1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah	45
2. Visi dan Misi PT. BPRS Aman Syariah.....	46
3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah	48
4. Produk Pembiayaan PT. BPRS Aman Syariah	50
5. Prosedur Pengajuan Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	51
B. Strategi Pemasaran Pembiayaan <i>Mudharabah</i> Di Bank Aman Syariah	54
BAB V PENUTUP.....	68
A. SIMPULAN	68
B. SARAN	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel

- 1.1 Laporan Pembiayaan *Mudharabah*
- 5.1 Data Pembiayaan Di Bank Aman Syariah Tahun 2015-12017

DAFTAR GAMBAR

Gambar

- 2.1 Skema Pembiayaan *Mudharabah*
- 4.1 Struktur Organisasi PT BPRS Aman Syariah

DAFTAR LAMPIRAN

1. Konsultasi Bimbingan Skripsi
2. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
3. Surat Izin Pra Survey
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas Research
6. Surat Keterangan Balasan Research
7. Alat Pengumpul Data (APD)
8. Outline
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan dalam kehidupan suatu negara merupakan salah satu pembangunan (*agent of development*). Hal ini dikarenakan fungsi utama dari perbankan itu sendiri yaitu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan.

Praktik perbankan telah ada sejak zaman Yunani, meskipun pada saat tersebut bentuk praktik perbankan tidak seperti saat ini. Pada abad ke-20 muncul suatu wacana tentang perlunya bank syariah yang bebas bunga, demi melayani kebutuhan kaum muslim yang tidak berkenan dengan penetapan bunga dalam perbankan karena termasuk dalam riba. Pada saat ini, perkembangan bank syariah didunia dan di Indonesia cukup pesat. Hal ini menandakan salah satu momentum kebangkitan ekonomi Islam di dunia, terutama perkembangan pada sektor keuangan syariah.²

Dengan adanya bank syariah, masyarakat akan semakin mudah untuk melakukan pembiayaan yang bebas bunga. Keterlibatan bank syariah sangat dibutuhkan dalam hal perekonomian terutama untuk pembiayaan maupun penghimpunan dana.

²M.Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: Cv Pustaka Setia2012), h.97

Bank syari'ah merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya mengacu pada hukum islam serta dalam kegiatannya tidak membebankan bunga dan tidak membayar bunga kepada nasabah. Bagi hasil yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat islam.³

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebankan bagi hasil sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-qur'an dan hadits. Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Qur'an dan hadits Rasulullah Saw.

Allah SWT sangat melarang adanya riba walau sekecil apapun. Di tegaskan dalam Al-Qur'an surat Ali Imron ayat 130:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا الرِّبٰۤاَ اَضْعَافًا مُّضَاعَفًا ۗ وَاتَّقُوْا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.⁴

Era modern saat ini, kegiatan ekonomi tidak begitu saja dapat dilepaskan dari kehidupan, terlepas dari peran penting sektor jasa

³ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Fajar Interpratama Offset, 2011), h.32

⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Mushaf Al-Azhar: Bandung, 2010), h. 66

keuangan pada umumnya dan perbankan pada khususnya. Melalui industri perbankan yang ada pada masyarakat dapat diberdayakan dan disalurkan dalam berbagai kegiatan usaha produktif sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat secara bertahap.

Begitu juga dalam dunia usaha, pelaku usaha dan bank merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan. Kaitannya dengan fungsi yang ada di bank syariah yaitu menghimpun dana serta menyalurkannya kembali kepada masyarakat atau pelaku-pelaku usaha baik untuk perseorangan, maupun dalam usaha kecil maupun menengah.

Ketika masyarakat ataupun pelaku usaha memiliki sebuah kemampuan (potensi), namun hal lain yang membuat terhambatnya membuka usaha dikarenakan kekurangan dalam hal permodalan, tentu saja masyarakat atau pelaku usaha tersebut membutuhkan pihak lain agar bisa membuka usaha sendiri dan dapat berjalan lancar. Pihak lain yang dimaksud merupakan pihak luar yang bisa membantu pelaku usaha tersebut dalam memberikan pembiayaan. Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh masyarakat ataupun pelaku usaha tersebut yaitu dengan mengajukan pembiayaan pada bank syariah.

Dalam perbankan syariah ada beberapa macam bentuk pembiayaan. Namun yang sering diajukan atau peminatnya banyak ialah pembiayaan *murabahah*. Penyebab karena kurangnya pengetahuan ataupun mengertinya nasabah akan pembiayaan *Mudharabah*. Dalam hal ini perlu adanya pemasaran dari bank agar nasabah dapat mengetahui lebih jauh

tentang pembiayaan *Mudharabah*. Oleh karena nya perlu adanya strategi pemasaran guna menambah wawasan nasabah agar lebih tertarik untuk menggunakan produk *Mudharabah*.⁵

Hal lain terkait pembiayaan *mudharabah* peneliti bertanya dengan nasabah di daerah Giriklopomulyo, menurut beliau ketika marketing memperkenalkan produk pembiayaan yang disebutkan hanyalah mengenai jual beli, *ijarah* dan *musyarakah*.⁶

Kemudian pada kesempatan yang sama tetapi di rumah yang berbeda peneliti bertanya dengan salah satu warga Sumbergede, pernah tahu atau tidak dengan pembiayaan *mudharabah*. Tanggapan beliau menggelengkan kepala dengan seraya menjawab tidak.⁷ Dan kembali peneliti bertanya dengan penjual somay di lapangan Sekampung, penulis menghampiri beliau seraya menanyakan tentang pembiayaan *mudharabah* ini, yang beliau tahu hanyalah meminjam. Diluar itu sebutannya apa penjual somay ini tidak mengetahui.⁸

⁵ Hasil wawancara oleh Direktur Bank Aman Syariah Bapak Sugiyanto, 11 Desember 2017 pukul 10:28

⁶ Hasil Wawancara Dengan Ibu Suprihatin, 11 Desember Pukul 11:15

⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak Amin, 11 Desember Pukul 13: 20

⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak Mardi, 11 Desember Pukul 15: 45

Tabel 1.2

Laporan Pembiayaan *Mudharabah*

Periode	Nasabah	Total Pembiayaan
2015	1	147.000.000,00
2016	2	240.000.000,00
2017	2	153.000.000,00
Total		540.000.000,00

Sumber: laporan Accounting Bank Aman Syariah per 2015-2017

BPRS Aman Syariah merupakan lembaga keuangan yang bergerak dibidang keuangan dengan berdasarkan konsep syariah. Dalam sistem perbankan syariah, terdapat beberapa produk yang telah dioperasikan atau diaplikasikan dalam kehidupan sosial ekonomi, salah satunya yaitu pembiayaan *Mudharabah*. Untuk saat ini ada 5 nasabah yang bekerjasama dengan Bank Aman Syariah dengan pembiayaan *Mudharabah* dan jumlah total keseluruhan pembiayaan yaitu Rp.540.000.000,00.⁹

Dalam kurun waktu 3 tahun sejak awal Bank Aman Syariah berdiri, 5 nasabah tersebut merupakan jumlah keseluruhan dari tahun 2015 sampai dengan 2017. Hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan / pemahaman dari masyarakat tentang pembiayaan *mudharabah*.

Dalam Undang-Undang No.21 tahun 2008 pasal 21 kegiatan usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah meliputi:

⁹ Hasil wawancara oleh Direktur Bank Aman Syariah Bapak sugiyanto, 4 Oktober 2017 pukul 10.12 WIB

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
 1. Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadiah*
 2. Investasi berupa deposito yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *Mudharabah*
- b. Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
 1. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *Mudharabah* dan *musyarakah*
 2. Pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, *salam* ataupun *istishna*
 3. Pembiayaan berdasarkan akad *qard*
 4. Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah*.¹⁰

Jika dilihat dari sisi undang undang diatas, pembiayaan yang ada dalam perbankan syariah ada enam macam. Dan dari keenam pembiayaan tersebut yang paling dominan di gunakan oleh nasabah yaitu pembiayaan *murabahah*.

Mudharabah merupakan akad (kerja sama) yaitu antara *shahibulmaal* dan *mudharib* dengan berdasarkan prinsip bagi hasil atau (*profit and loss sharing*). Pendapatan yang di peroleh yaitu dari bagi hasil atas pembiayaan *Mudharabah* tersebut. *Mudharabah* adalah akad kerja sama antara pemilik dana (*shahibul mal*) dan pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha, laba dibagi atas dasar nisbah menurut kesepakatan kedua belah pihak, sedangkan apabila terjadi kerugian akan ditanggung oleh pemilik modal (*shahibulmaal*) kecuali disebabkan oleh kelalaian pengelola dana (*mudharib*). Seandainya kerugian itu di akibatkan karena kecurangan atau kelalaian pengelola dana (*mudharib*), maka si

¹⁰Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta, PT: RajaGrafindo Persada 2016), h. 252

pengelola dana lah (*mudharib*) harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.¹¹

Oleh sebab itu dari data diatas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi pemasaran pembiayaan *Mudharabah* di Bank Aman Syariah sehingga nantinya dapat mengalami peningkatan nasabah karena dari data diatas jumlah nasabah dari pembiayaan *Mudharabah* sangat minim.

Melihat uraian diatas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam mengenai permasalahan tersebut dengan judul “**Strategi Pemasaran Pembiayaan *Mudharabah* Studi Kasus Bank Aman Syariah Sekampung Lampung Timur**”.

B. Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah “Bagaimana strategi Bank Aman Syariah dalam memasarkan pembiayaan *mudharabah*”?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana strategi Bank Aman Syariah dalam memasarkan pembiayaan *Mudharabah*.

Manfaat penelitian yaitu untuk mengemukakan pernyataan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki nilai guna, baik kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis.

¹¹ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia* ,(Jakarta:Salemba Empat, 2008), h. 112

a. Manfaat teoretis

Menambah khazanah keilmuan perbankan syariah khususnya terutama dalam hal pembiayaan *Mudharabah*.

b. Manfaat praktis

Memberikan masukan bagi perbankan syariah khususnya dalam memasarkan pembiayaan *Mudharabah*.

D. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*Prior Research*) tentang persoalan yang dikaji. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Untuk itu, tinjauan kritis terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam bagian ini. Sehingga dapat ditentukan dimana posisi penelitian yang akan dilakukan berada.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Dedi Jefri Sumarwan Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Tabungan Walimah Di PT BPRS Bangun Drajat Warga (BDW) Yogyakarta” memiliki kajian yang berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu terletak pada produk yang ditawarkan serta permasalahan yang dibahas dan cara yang dilakukan oleh BPRS tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dedi Jefri Sumarwan bahwasanya BPRS Bangun Drajat Warga (BDW) Yogyakarta

¹²*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (Metro : STAIN Jurai Siwo Metro, 2016), h. 39.

memiliki salah satu dari sekian produk baru yaitu tabungan *walimah*. Tabungan ini diperuntukkan kepada nasabah khususnya pemuda/pemudi yang mempunyai keinginan dalam mengadakan pesta pernikahan. Tabungan ini merupakan produk baru yang dilaksanakan oleh BPRS tersebut dan masih sedikit lembaga keuangan atau perbankan lainnya yang mempunyai produk tabungan tersebut, oleh karena itu dengan adanya produk baru ini Dedi Jefri Sumarwan melakukan penelitian tersebut. Strategi yang dilakukan oleh BPRS Bangun Drajat Warga (BDW) Yogyakarta yaitu pemasaran berbasis hubungan dan penyebaran brosur.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Arif Hidayat, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yaitu dengan judul “Strategi Pemasaran Produk *Murabahah* dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada BMT AL-FATH” dengan permasalahan dipaparkan BMT AL AL FATH memberikan penawaran pemasaran melalui produk-produk yang diberikan misalnya *Mudharabah*, *murabahah*, *musyarakah*, *al-ijarah* dan *wakalah*. Salah satu produk yang paling banyak diminati oleh BMT AL-FATH yaitu pembiayaan *murabahah*. Produk ini juga yang paling banyak diminati oleh nasabah dibandingkan dengan pembiayaan yang lain. Dengan data yang dimiliki meliputi pembiayaan *musyarakah* 3,39% dan *Mudharabah* 2,42% pada tahun 2011-2013 tidak mengalami peningkatan atau penurunan sedangkan pembiayaan *ijarah* mengalami penurunan dari 1,22% menurun hingga 0,14% dan pembiayaan *al-wakalah* dari 0,30%

¹³Dedi Jefri Sumarwan Skripsi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Tabungan Walimah Di PT BPRS Bangun Drajat Warga (BDW) (Yogyakarta)

menurun hingga 0,03%. Strategi pemasaran harus menjadi perhatian bagi lembaga keuangan seperti BMT agar memotivasi karyawan untuk meningkatkan kinerjanya di dalam bidang pemasaran guna menarik minat nasabah dalam menggunakan produk-produk BMT tersebut.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Ika Ristiana Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Jurai Siwo Metro dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Studi Kasus PT Bank Muamalat Kcp Metro” dengan permasalahan yang dituangkan yaitu seberapa besar pertumbuhan jumlah nasabah produk tabungan *wadiah* di Bank Muamalat Kcp Metro. Dalam hal ini memiliki kajian yang berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu terletak pada produk yang sering diminati oleh masyarakat yaitu tabungan *wadiah*. Antusias serta kesadaran masyarakat untuk memiliki tabungan cukup baik.

Dalam upaya mewujudkan perbankan yang terbaik, Bank Muamalat Indonesia selalu berpegang teguh pada azas profesionalisme, keterbukaan dan kehati-hatian. Dari hasil survey terlihat bahwa pertumbuhan jumlah nasabah produk tabungan *wadiah* di Bank Muamalat Kcp Metro telah mengalami kenaikan yang cukup signifikan yakni pada tahun 2012-2013 dengan peningkatan sebesar 16,3% pada produk tabungan muamalat anjary Ib 15,7% pada produk tabunganku 15,4%. Hal ini telah membuktikan bahwa

¹⁴ Arif hidayat, Skripsi Strategi Pemasaran Produk *Murabahah* dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada BMT AL-FATH, (Jakarta UIN Syarif Hidayatullah), 2011

strategi pemasaran yang digunakan bank muamalat kcp metro sudah cukup baik.¹⁵

Berdasarkan uraian diatas dapat ditegaskan bahwa penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini memiliki kajian yang berbeda, penelitian yang akan dikaji oleh peneliti lebih ditekankan pada strategi ataupun cara yang dilakukan oleh Bank Aman Syariah dalam mengembangkan pembiayaan *Mudharabah*.

¹⁵ Nur ika ristiana, Skripsi Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Studi Kasus PT Bank Muamalat Kcp Metro (Metro,STAIN Jurai Siwo Metro), 2014

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi dapat berupa upaya untuk menyusun target (sasaran) dan proyek untuk tercapainya tujuan-tujuan serta tugas pokok perencanaan. Strategi disusun berdasarkan premises dan tujuan yang telah ditetapkan.¹⁶ Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar.

Menurut Menurut J L. Thompson mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir. Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif. Bennet menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya.¹⁷

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu cara ataupun taktik yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yang dilakukan pihak bank kepada masyarakat dengan

¹⁶ Veitzal Rivai, Andria Permata Veitzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: Grafindo, 2008), h. 239

¹⁷ Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, (Erlangga: 2001), h. 2

menggunakan dimensi-dimensi ataupun elemen-elemen yang saling berkaitan antara dimensi yang satu dengan dimensi yang lain.

Sedangkan strategi pemasaran menurut Sofjan Assauri merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran tersebut.¹⁸

Sedangkan menurut Pandji Anoraga adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.¹⁹

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu cara ataupun rencana yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dengan menerapkan dimensi-dimensi yang saling berkaitan dibidang pemasaran.

Pemasaran merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran nilai dengan yang lain. Pemasaran merupakan proses manajerial bagaimana membuat, menyediakan dan mempertemukan keinginan seseorang atau kelompok melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran.²⁰

¹⁸Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 154

¹⁹Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka, 2009), h. 230

²⁰Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaranera Tradisional Sampai Era Global*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. Kata Pengantar

Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, elemen bauran pemasaran dan biaya bauran pemasaran.²¹

2. Strategi Pemasaran Yang Efektif

Dalam menyusun strategi pemasaran ada beberapa hal, antara lain:²²

a. Konsistensi

Konsistensi dibutuhkan pada semua area marketing. Tujuannya agar dapat membantu mengurangi biaya marketing serta meningkatkan efektivitas penciptaan merk

b. Perencanaan

Dalam menjalankan konsep marketing, perlu perencanaan yang matang agar memperoleh banyak pelanggan. Karena itu perusahaan harus merencanakan strategi yang efektif, anggaran marketing yang dibutuhkan serta konsep-konsep lainnya agar perusahaan dapat berkembang pesat

c. Strategi

Strategi merupakan dasar bagi kelanjutan kegiatan marketing yang telah direncanakan sebelumnya. Beberapa hal yang biasanya dibahas saat menyusun rencana strategi adalah siapa target pasar, bagaimana cara membidik

²⁰Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 70

²² Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 132-136

pelanggan serta bagaimana cara menjaga agar konsumen yang ada menjadi pelanggan tetap

d. Target Market

Perusahaan harus mendefinisikan secara tepat pangsa pasar apa yang harus dituju. Dengan cara memilih satu atau lebih segmen yang akan dimasuki. Hal ini bertujuan untuk memperjelas target pasar seperti apa yang akan dimasuki sehingga konsep marketing yang akan dibuat mudah untuk dijalankan

e. Anggaran

Dalam menentukan anggaran membutuhkan tingkat keakuratan yang tepat dalam menghitung anggaran marketing. Sebab dari anggaran yang telah dibuat tersebut dapat menentukan berapa dana yang dibutuhkan untuk melakukan pemasaran

f. Marketing Mix

Marketing mix pada umumnya meliputi strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Perusahaan tentunya harus memutuskan secara spesifik tentang produk, harga yang sesuai, dimana barang tersebut dipasarkan serta bagaimana cara konsumen tentang produk yang ditawarkan

g. Website

Semua usaha bisnis membutuhkan website untuk memberikan informasi mengenai produk yang dipasarkan. Website tersebut meliputi semua yang ada diinternet maupun media sosial

h. Branding

Branding merupakan proses yang menentukan apakah konsumen menerima produk dari perusahaan tersebut. Branding ini meliputi gambar, logo, serta produk unggulan yang dihasilkan agar dapat dikenal oleh asyarakat sehingga semakin berkembang

i. SNS Operation

Merupakan salah satu strategi yang menggunakan media sosial untuk melakukan promosi dan iklan. Seperti facebook Ads, Twitter Ads, instagram Ads dan lain-lain

j. Customer Relationship Management

Merupakan bentuk hubungan yang baik antara konsumen dengan pihak perusahaan. Untuk dapat menciptakan konsumen yang loyal dan konsisten tentunya membutuhkan hubungan yang baik dengan para konsumen

k. Mobile Marketing

Dengan meningkatnya pengguna alat komunikasi tentunya sangat memudahkan membuat pesan pemasaran. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya konsumen yang melihat

konten, menerima email serta membeli produk melalui alat komunikasi.

3. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran

Dalam melakukan strategi pemasaran ada langkah-langkah yang harus dijalankan antara lain:²³

a. Fokus pada solusi

Apabila produk yang dipasarkan terbukti dalam menjadi solusi dari sebuah permasalahan yang besar, maka pemasaran yang dijalankan telah berhasil. Produk yang memiliki permintaan tinggi akan mendapat perhatian yang lebih oleh para konsumen

b. Bertujuan pada pasar target

Pemasaran yang tidak mencapai target akan diklasifikasikan sebagai pemborosan atau tidak efisien. Kegiatan marketing yang mencapai target pasarnya tergolong menarik, efektif dan sangat efisien

c. Gunakan judul dan sub judul

Perusahaan harus membuat judul atau sub judul yang bersifat provokatif, ekstrim dan benar-benar membuat konsumen tertarik

d. Memiliki pesan yang jelas

Grafis memang bisa menarik perhatian, tapi itu bukan satu-satunya alat untuk mengkomunikasikan pesan dari marketing.

²³ Thomas C. Kinnear dan James R. Taylor, *Dasar-Dasar Dan Riset Pemasaran Edisi Ketiga Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 84-86

Perusahaan harus membuat pesan menarik mungkin agar dapat menarik konsumen

e. Strategi marketing melalui pesan ekstrim

Hal-hal negatif dan yang dianggap merupakan kesalahan tentu saja akan mendapat perhatian lebih dari masyarakat, seperti “bagaimana cara mengubur perusahaan dalam satu minggu”.

Tentu hal tersebut akan menarik perhatian dari pembaca/konsumen

f. Gunakan strategi promosi saling berkaitan

Hal ini merupakan cara lain untuk mendapatkan perhatian, terutama dalam *strategi content marketing* yang sedang populer saat ini. semua keterkaitan menawarkan sesuatu yang bernilai untuk pelanggan potensial agar bisa tertarik

g. Memanfaatkan benda, bentuk dan ukuran yang tidak biasa

Hal lain terkait yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan agar produknya mudah dikenal oleh masyarakat ialah menciptakan sesuatu dengan ukuran dan warna yang berbeda

h. Apa untungnya bagi calon pelanggan

Ketika perusahaan memasarkan produknya, sangat penting dijelaskan apa keuntungan yang diperoleh ketika konsumen menggunakan produk tersebut. Hal ini dirasa cukup penting karena salah satu cara untuk membuat daya tarik tersendiri untuk konsumen

4. Bauran pemasaran (*marketing mix*)

Sebelum dilakukannya bauran pemasaran, perusahaan terlebih dahulu melakukan segmentasi pasar. Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau ramuan pemasaran tersendiri. Bank dalam menjual produknya ke nasabah membagi pasar menjadi beberapa jenis dengan kriteria yang mereka inginkan. Segmentasi pasar perlu dilakukan di dalam suatu pasar karena terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri.²⁴

Segmentasi pasar sehingga bisa diartikan sebagai proses pengelompokkan pasar yang heterogen menjadi kelompok-kelompok yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan dan perilaku kemudian dijadikan arah penjualan yang akan diraih dengan *marketing mix*.

Ada berbagai cara untuk menyusun segmen pasar meliputi:²⁵

a) Berdasarkan geografis

Suatu pasar dapat dipilah-pilah berdasarkan kebangsaan, provinsi, kota dan lain-lain. Produsen bisa masuk ke dalam semua pasar atau dibagi-bagi menurut kemauan produsen. Untuk mencapai sasaran geografis

²⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014),h. 208

²⁵ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013),h. 197-198

tersebut maka disusunlah iklan, promosi dan usaha penjualan lainnya yang mengarah kepada lokasi tersebut.

b) Berdasarkan psikologis

Suatu pasar dipilah-pilah berdasarkan kelompok-kelompok kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian. Konsumen yang kuat dan yang lemah akan berbeda dari segi psikologis. Konsumen yang kuat akan berbeda dalam pemilihan suatu mobil, pakaian, maupun saat mengisi waktu luang. Demikian pula gaya hidup membuat konsumen berbeda dalam mengkonsumsi barang

c) Berdasarkan demografis

Pasar dibagi atas variabel-variabel jenis kelamin, umur, jumlah anggota keluarga, pendapatan, jabatan, pendidikan, agama, suku dan lain-lain. Faktor demografis ini sangat banyak digunakan dalam menyusun segmentasi pasar

d) Berdasarkan perilaku

Segmentasi ini dipilah-pilah berdasarkan kesempatan penggunaan, manfaat, pengetahuan, sikap, pemakaian atau tanggapan konsumen terhadap suatu produk

Setelah dilakukannya segmentasi pasar maka selanjutnya perusahaan melakukan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.

Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya, konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa.²⁶

Seorang manager pemasaran dapat mengontrol tiap komponen dari bauran pemasaran, tetapi strategi untuk keempat komponen tersebut harus dipadukan untuk sebuah hasil yang optimal. Bauran pemasaran yang sukses didesain secara hati-hati untuk memuaskan pasar yang dituju. Jadi, seorang manager yang kompeten selalu merencanakan strategi pemasaran yang bagus untuk mendapatkan keunggulan dibandingkan para pesaing juga melayani dengan baik semua kebutuhan dan keinginan segmen pasar tertentu yang menjadi sasarannya.²⁷

Untuk mendukung kesuksesan strategi pemasaran yang diinginkan maka perlu dirancang suatu rencana pemasaran yang benar-

²⁶ *Ibid.*, h. 213

²⁷ Lamb, W Charles, Et Al, *Pemasaran Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), Ed 1, h.. 19

benar mumpuni. Aplikasi strategi pemasaran terdapat dalam empat posisi *marketing mix* yaitu strategi harga, strategi promosi, strategi tempat dan strategi produk.

Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari empat P, yaitu:²⁸

a) Strategi produk

Untuk memperoleh nasabah tentunya bank harus berusaha keras untuk menarik nasabah tersebut. Karena nasabah tidak akan datang sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian sehingga berminat untuk membeli produk bank. Yang paling utama untuk menarik perhatian dan minat nasabah adalah keunggulan produk yang dimiliki jika dibandingkan dengan produk lain.

Jadi nasabah berpikir tentang seberapa bergunanya produk tersebut baginya. Dengan menggunakan produk tersebut apakah usahanya semakin maju dan bermanfaat atau malah sebaliknya. Sehingga produk-produk yang mampu memberikan kemanfaatan bagi nasabah akan mampu menarik nasabah dan kemudian membuat nasabah tersebut terdorong untuk menggunakan produk tersebut.

b) Strategi harga

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk

²⁸*Ibid.*, h. 213

diperhatikan, karena harga sangat menentukan laku atau tidaknya produk dan jasa perbankan tersebut. Salah dalam menentukan harga akan fatal terhadap produk yang ditawarkan.

Setiap perbankan perlu memikirkan tentang pentapan harga pada produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para nasabah untuk menggunakan produk itu. Oleh karena itu penentuan harga haruslah dipikir dengan baik-baik.

c) Strategi tempat

Bagi perusahaan non bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik, gudang atau cabang, sedangkan penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang. Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah untuk menjangkaun setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula saran dan prasarana harus memberikan rasa yang aman dan nyaman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan baik.

d) Strategi promosi

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Tanpa adanya promosi jangan diharapkan nasabah akan

mengenal bank tersebut, apalagi dengan produk-produk atau pembiayaan yang ada didalamnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan yaitu periklanan(*advertising*), promosi penjualan(*sales promotion*), publisitas(*publicity*) dan penjualan pribadi(*personal selling*).²⁹

1) Periklanan (*advertising*)

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media melalui:

- a) Pemasangan melalui koran
- b) Pemasangan melalui majalah
- c) Pemasangan melalui televisi
- d) Pemasangan melalui brosur, dll

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Merupakan kegiatan bank dalam menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga nasabah akan mudah untuk melihatnya. Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah agar segera membeli setiap produk yang ditawarkan. Seperti menempelkan

²⁹*Ibid.*, h. 221-246

pamflet di depan kantor sehingga nasabah banyak nasabah yang melihat dan kemudian beeminat menggunakan produk tersebut.

3) Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya yang berhubungan dengan masyarakat. Kegiatan semacam ini dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya baik secara langsung maupun tidak langsung.

4) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *Customer Service* atau *Service Aassistensi*.³⁰

Kegiatan ini dilakukan melalui kontak langsung dengan para nasabah maupun calon nasabahnya. Dengan kontak langsung diharapkan terjadi hubungan/interaksi yang positif antara bank dan nasabah maupun calon nasabahnya.

Dari keempat dimensi-dimensi diatas memang harus saling berkaitan satu dengan lainnya. Dengan begitu suatu pola marketing

³⁰*Ibid...*, h.221-249

yang baik adalah bersifat bergerak secara seimbang dan dengan keseimbangan tersebut kekuatan marketing akan muncul secara jangka panjang.

3. Riset pemasaran

Riset pemasaran adalah suatu fungsi yang menghubungkan konsumen, pelanggan dan masyarakat dengan para pemasar melalui informasi-informasi yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan peluang dan masalah pemasaran, memonitor kinerja pemasaran dan meningkatkan pemahaman atas pemasaean sebagai suatu proses.³¹

Riset pemasaran adalah disain, pengumpulan, analisis dan pelaporan yang sistematis data dan segala penemuan relevan dengann situasi pemasaran tertentu yang dihadapi perusahaan.³²

Riset pemasaran memberikan informasi kepada organisasi untuk digunakan paling sedikit pada 4 area: (1) menciptakan ide-ide untuk aktivitas pemasaran, termasuk identifikasi masalah dan peluang pemasaran, (2) mengevaluasi aktivitas pemasaran, (3) membandingkan kinerja vs tujuan, (4) meningkatkan pemahaman umum mengenai fenomena serta proses pemasaran.³³

Dalam menentukan riset pemasaran tentunya pihak bank tersebut harus benar-benar memahami kondisi yang ada pada masyarakat baik

³¹Gilbert A, Churchill,Jr, *Dasar-Dasar Riset Pemasaran Edisi 4 Jilid 1*, (Erlangga: 2005), h. 10

³²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Keenam Jilid 1*, (Erlangga), h. 138

³³*Ibid.*, h. 10

dalam segi eksternal maupun internal. Dan tentunya harus lebih cermat membaca kondisi masyarakat yang akan dijadikan sasaran agar pemasaran yang dilakukan dapat berjalan secara terarah.

B. Pembiayaan *Mudharabah*

1. Pengertian Pembiayaan *Mudharabah*

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 Pasal 1 pembiayaan berdasarkan prinsip syariah merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang di biayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.³⁴ Menurut M. Syafii Antonio pembiayaan merupakan pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit.³⁵

Sedangkan *mudharabah* berasal dari kata *dharb* yang artinya memukul atau lebih tepatnya adalah proses seseorang dalam menjalankan satu usaha. *Mudharabah* adalah sebuah akad kerja sama antara pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak kedua menjadi pengelola.³⁶ Satu pihak akan menempatkan modal 100% yang disebut dengan *shahibulmaal* dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha yang disebut *mudharib*. Bagi hasil dari usaha yang

³⁴Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perbankan

³⁵Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 160

³⁶Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 49

dikerjasamakan dihitung sesuai dengan nisbah yang disepakati antara pihak-pihak yang bekerja sama.³⁷

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan *mudharabah* merupakan penyediaan dana oleh pihak bank untuk nasabah yang mengajukan pembiayaan dengan ditentukan batas waktunya dan diwajibkan untuk mengembalikan sesuai dengan jangka waktu yang ditetapkan.

2. Rukun dan Syarat Pembiayaan *Mudharabah*

Akad pembiayaan *Mudharabah* akan terjadi jika rukun dan syarat nya terpenuhi seperti berikut:

1. Adanya kedua belah pihak (*shahibulmaal* dan *mudharib*)

Syarat-syarat kedua belah pihak yaitu:

- a. Cakap bertindak hukum secara syar'i. Artinya *shahibul maal* memiliki kapasitas untuk menjadi pemodal dan *mudharib* memiliki kapasitas menjadi pengelola
- b. Memiliki kewenangan / memberi kuasa dan menerima pemberian kuasa, karena penyerahan modal oleh pihak pemberi modal erupakan suatu bentuk pemberian kuasa untuk mengelola modal tersebut.

2. Adanya modal

Syarat-syarat modal sebagai berikut:

³⁷ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011),h. 83

- a. Modal harus jelas jumlahnya dan diketahui oleh kedua belah pihak pada waktu akad. Sehingga tidak menimbulkan ketidakjelasan pada saat pembagian laba
- b. Harus berupa uang dan tunai
- c. Modal harus diserahkan sepenuhnya kepada pengelola secara langsung

3. Adanya usaha

Semua usaha boleh dijalankan akan tetapi harus sesuai dengan ketentuan syariah sehingga usaha tersebut bisa dikatakan halal

4. Adanya keuntungan

Syarat-syarat nya sebagai berikut:

- a. Keuntungan tidak boleh dihitung berdasarkan persentase dari jumlah modal yang diinvestasikan, melainkan hanya keuntungannya setelah dipotong besarnya modal.

Jadi dalam menghitung keuntungan yaitu jumlah uang yang didapat dari usaha yang sudah dijalankan dikurangi jumlah modal yang *shahibulmaal* berikan kepada *mudharib*.

- b. Keuntungan untuk masing-masing pihak tidak ditentukan dalam jumlah nominal. Karena jika ditentukan demikian berarti shahibul maal sama saja dengan mematok untung sendiri.

Nisbah pembagian ditentukan dengan persentase, misalnya 60:40, 70:30. Penentuan persentase tidak harus terikat pada bilangan tertentu.

5. Ijab qabul

Syarat-syarat nya sebagai berikut:

- a. Ijab dan qabul harus jelas menunjukkan maksud untuk melakukan kegiatan *Mudharabah*
- b. Ijab dan qabul harus bertemu, artinya penawaran pihak pertama sampai dan diketahui oleh pihak kedua. Artinya ijab yang diucapkan pihak pertama harus diterima dan disetujui oleh pihak kedua sebagai ungkapan kesediaannya bekerja sama.
- c. Ijab dan qabul harus sesuai maksud pihak pertama cocok dengan keinginan pihak kedua. Artinya kedua belah pihak sepakat dan ketika kesepakatan itu disetujui.³⁸

Rukun adalah sesuatu yang wajib ada dalam suatu transaksi sedangkan syarat adalah sesuatu yang keberadaannya melengkapi rukun. Namun syarat bukanlah rukun, jadi tidak boleh dicampurkan. Oleh karena itu keabsahan suatu perjanjian dalam pembiayaan *Mudharabah* tidak terlepas dari pada pemenuhan rukun dan syarat *Mudharabah* itu sendiri.

³⁸ Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada), h, 71

3. Dasar Hukum Pembiayaan *Mudharabah*

Secara umum landasan dasar *Mudharabah* lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha, hal ini tampak dalam ayat-ayat dan hadits berikut ini:

1). Al-qur'an

a) Firman Allah Q.S Annisa : 29

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

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.

b) Firman Allah Q.S Al- Baqarah : 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَتَىٰ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۖ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۚ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فإِنَّهُ إِثْمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

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

c) Firman Allah Q.S Al- Jumuah : 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٥٦﴾

Artinya : Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

2). Hadits

Ada beberapa hadits yang meriwayatkan adanya *Mudharabah* yaitu:

- a) Hadits dimana Ibnu Majah meriwayatkan dari Suhaib r.a bahwa Nabi Muhammad bersabda, “ Tiga perkara yang didalamnya terdapat keberkatan yaitu menjual dengan harga yang tangguh, *Mudharabah* dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah (makanan) mbukan untuk dijual.
- b) Rasulullah diriwayatkan pernah bersabda, yaitu tatkala seorang laki-laki membawa tiga anak seperti seorang tahanan, “Wahai hamba-hamba Allah, lakukanlah *Mudharabah* dengan laki-laki tersebut, pinjami dia”.
- c) Abu Nu’aim meriwayatkan bahwa sebelum pengangkatan Muhammad Saw sebagai Rasul, beliau pergi ke Syiria untuk berdagang membawa barang dagangan milik Khadijah dengan berdasar pada sistem *Mudharabah* (bagi hasil).³⁹

Ada pula hadits lain yang meriwayatkan yaitu dari Ibnu Abbas, bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Muntalib jika memberikan dana kepada

³⁹Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life And General) Konep Dan Operasional*, (Jakarta: Gema Insani), h. 333

mitra usahanya secara *Mudharabah*. Ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan dan tidak mengarungi lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan itu dilanggar, ia (*mudharib*) harus bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikan syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah dan Rasulullah pun membolehkannya. (HR.Tarbhani)

4. Jenis – Jenis Pembiayaan *Mudharabah*

Secara umum *Mudharabah* terbagi menjadi dua yaitu *Mudharabah muthlaqah* dan *Mudharabah muqayyadah*.

a. *Mudharabah muthlaqah*

Adalah bentuk kerja sama antara *shahibulmal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu maupun daerah usaha.

b. *Mudharabah muqayyadah*

Adalah bentuk kerja sama yang membatasi *mudharib* untuk melakukan usaha baik, waktu maupun tempat usaha.⁴⁰

5. Aplikasi Pembiayaan *Mudharabah* Dalam Perbankan

Mudharabah biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Pada sisi penghimpunan dana biasanya diterapkan pada:

a. Tabungan berjangka

Yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus seperti tabungan haji, tabungan biasa serta tabungan biasa.

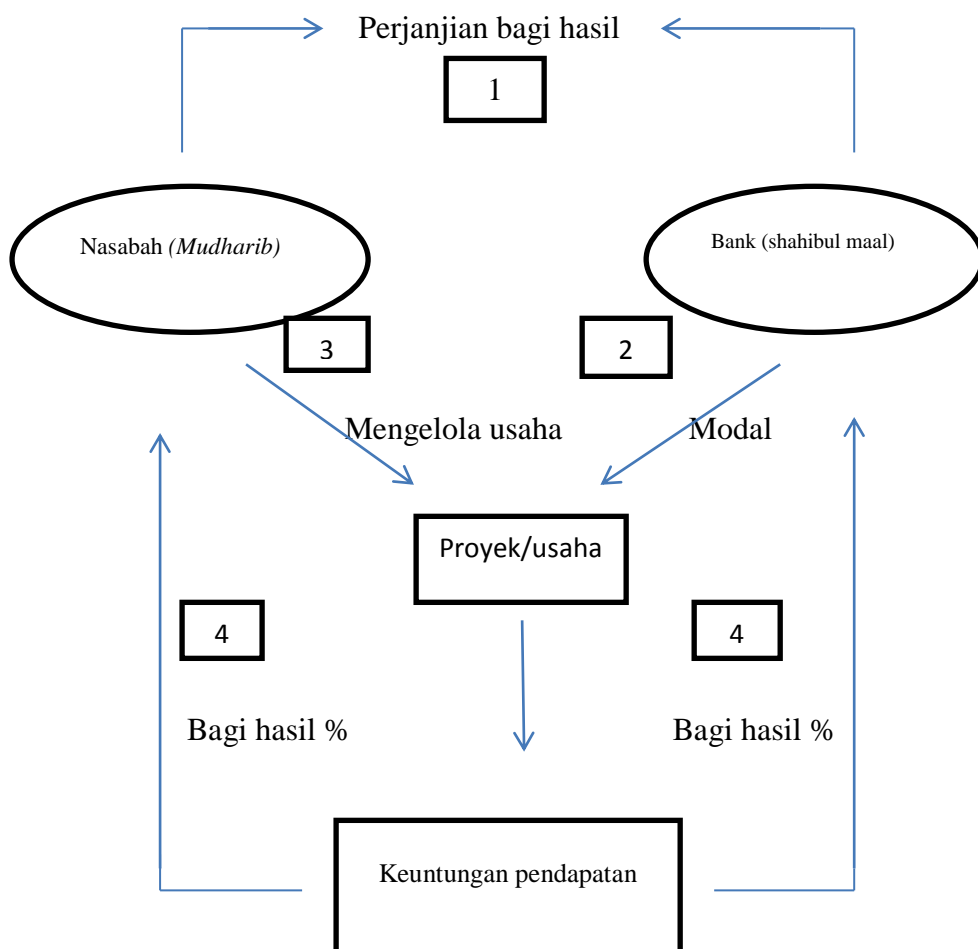
⁴⁰Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari..*, h. 98

b. Deposito spesial

Dimana dana yang dititipkan nasabah khusus untuk bisnis tertentu, misalnya *murabahah* saja ataupun ijarah saja. Adapun pada sisi pembiayaan, *Mudharabah* biasanya diterapkan untuk:

- a. Pembiayaan modal kerja, seperti modal kerja perdagangan dan jasa
- b. Investasi khusus dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh *shahibulmaal*.

Gambar 2.1



Dari skema diatas diketahui bahwa:

1. *Shahibulmaal* dan *mudharib* melaksanakan akad kerja sama usaha
2. *Shahibulmaal* menyerahkan modal 100%, artinya semua yang berkaitan dengan usaha yang akan dijalankan *mudharib* dibiayai oleh *shahibulmaal*
3. *Mudharib* mengelola dana dari *shahibulmaal* dalam sebuah proyek atau dalam sebuah usaha
4. Keuntungan atas hasil usaha dibagi berdasarkan nisbah yang disepakati. Dan pada saat jatuh tempo, modal yang ditelah diinvestasikan oleh *shahibulmaal* dikembalikan 100% dan akad *Mudharabah* berakhir.

6. Manfaat dan Resiko Pembiayaan *Mudharabah*

a. Manfaat *Mudharabah*

- 1) Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat
- 2) Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah,
- 3) tetapi disesuaikan dengan hasil usaha sehingga bank tidak akan pernah mengalami negative *spread*
- 4) Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cashflow* / arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah
- 5) Bank akan lebih selektif dan hati-hati mencari usaha yang benar-benar halal, aman dan menguntungkan.

b. Resiko *Mudharabah*

- 1) Nasabah menggunakan dana itu bukan seperti yang disebut dalam kontrak (*Sidestreaming*)
- 2) Lalai dan kesalahan yang disengaja
- 3) Penyembunyian keuntungan oleh nasabah bila nasabahnya tidak jujur.⁴¹

Mengingat adanya resiko-resiko yang ada dalam *mudharabah*, bank syariah harus menjelaskan mekanisme *mudharabah* yang ditetapkan

⁴¹ Muhammad syafii antonio, *Bank Syariah dari..*, h. 97-99

khususnya dalam hal pembiayaan agar syarat yang ada terpenuhi yaitu atas dasar suka sama suka sehingganya resiko yang ada dapat diminimalisir.

7. Fatwa DSN-MUI Pembiayaan *Mudharabah*

Menetapkan fatwa tentang pembiayaan *mudharabah*:⁴²

Pertama: Ketentuan Pembiayaan :

1. Pembiayaan mudharabah adalah pembiayaan yang disalurkan oleh LKS kepada pihak lain untuk suatu usaha yang produktif
2. Dalam pembiayaan ini LKS sebagai sebagai shahibul maal (pemilik dana) membiayai 100% ketentuan suatu proyek (usaha), sedangkan nasabah bertindak sebagai mudharib
3. Jangka waktu usaha, tatacara pengembalian dana dan pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak
4. Mudharib boleh melakukan berbagai macam usaha yang telah disepakati bersama dan sesuai dengan syariah dan LKS tidak ikut serta dalam manajemen proyek tetapi mempunyai hak untuk melakukan pembinaan dan pengawasan
5. Jumlah dana pembiayaan harus dinyatakan dengan jelas dalam bentuk tunai dan bukan piutang
6. LKS sebagai penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari mudharabah kecuali jika mudharib melakukan kesalahan yang disengaja, lalai dan menyalahi perjanjian
7. Pada prinsipnya dalam pembiayaan mudharabah tidak ada jaminan, namun agar mudharib tidak melakukan penyimpangan, LKS dapat meminta jaminan dari mudharib

Kedua: Rukun Dan Syarat Pembiayaan

1. Penyedia dana dan pengelola harus cakap hukum

⁴²Panji Adam, *Fatwa-Fatwa Ekonomi Syariah Konsep, Metodologi Dan Implementasinya Pada Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2002), h. 198-201

2. Pernyataan ijab dan qabul harus dinyatakan oleh para para pihak
3. Modal ialah sejumlah uang atau aset yang diberikan oleh penyedia dana kepada pengelola dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Modal harus diketahui jumlahnya
 - b. Modal dapat berbentuk uang atau aset
 - c. Modal tidak dapat berbetuk piutang
4. Keuntungan mudharabah adalah jumlah yang didapat sebagai kelebihan dari modal. Syarat keuntungan sebagai berikut:
 - a. Harus diperuntukkan bagi kedua belah pihak
 - b. Bagian keuntungan proporisional bagi setiap pihak harus diketahui dan dinyatakan pada waktu kontrak
 - c. Penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari mudharabah
5. Kegiatan usaha pengelola sebagai perimbangan, modal yang disediakan oleh penyedia dana harus memperhatikan hal-hal berikut:
 - a. Kegiatan usaha adalah hak eksklusif mudharib, tanpa campur tangan penyedia dana, tetapi ia mempunyai hak untuk melakukan pengawasan

- b. Penyedia dana tidak boleh mempersempit tindakan pengelola
- c. Pengelola tidak boleh menyalahi hukum syariah islam dalam tindakannya yang berhubungan dengan mudharabah

Ketiga: Beberapa Ketentuan Hukum Pembiayaan:

1. Mudharabah boleh ibatasi pada periode tertentu
2. Kontrak tidak boleh dikaitkan dengan sebuah kejadian dimasa depan
3. Pada dasarnya dalam mudharabah tidak ada ganti rugi karena akad ini bersifat amanah (*yad al-amanah*) kecuali akibat dari kesalahan disengaja, kelalaian atau pelanggaran kesepakatan
4. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak dicapai kesepakatan melalui musyawarah

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Sifat dan Jenis Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan apa yang terjadi di lapangan. Menurut Abdurrahmat Fathoni Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.⁴³

Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dalam *setting* tertentu yang ada dalam kehidupan riil (alamiah) dengan maksud untuk mencari tahu secara mendalam dan memahami suatu fenomena.⁴⁴

Penelitian lapangan ini merupakan metode untuk menemukan realita yang terjadi. Penelitian lapangan ini datanya diperoleh dari informasi yang benar-benar dibutuhkan. Dalam hal ini informasi yang dibutuhkan adalah dengan mengetahui informasi secara mendalam mengenai strategi bank aman syariah dalam memasarkan pembiayaan *Mudharabah*.

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah metode

⁴³Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), h. 97.

⁴⁴Suraya Murcitaningrum, *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Prudent Media, 2013) h. 23

untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat.⁴⁵

Jadi penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu hanya semata-mata melakukan keadaan atau peristiwa tanpa untuk mengambil suatu kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum.

Penelitian deskriptif kualitatif pada pembahasan skripsi ini adalah penelitian yang akan mengarah tentang fakta-fakta yang terjadi mengenai strategi bank aman syariah dalam mengembangkan pembiayaan *Mudharabah*.

2. Sumber data

Sumber data adalah subjek yang memberi data atau informasi penelitian yang dibutuhkan.⁴⁶ Sedangkan data merupakan hasil pencatatan baik berupa fakta dan angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi.

Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer

Yaitu sumber data pertama secara langsung dari narasumber yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti.⁴⁷

⁴⁵Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung : CV Mundur Maju, 1996), h.32.

⁴⁶Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*,(Jakarta: Kencana, 2013), h. 129

⁴⁷ Ibid, h. 129

Dalam mendapatkan sumber data primer peneliti berwawancara dengan marketing lending Bank Aman Syariah yaitu, Miftahul Fajar, Dedi Wahyudi, Ikhwan Nurayudin serta beberapa nasabah.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua setelah sumber data primer. Sumber dari bahan bacaan disebut sumber data sekunder.⁴⁸

Dalam mendapatkan sumber data sekunder peneliti mempelajari, dan mengutip dari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian yaitu buku-buku diantaranya: *Islamic Financial Management, Manajemen Perbankan, Perbankan Syariah, Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, dan lain-lain.

3. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara (*Interview*)

Metode wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.⁴⁹

⁴⁸ Prof. Dr. S. Nasution, M.A., *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h. 143

⁴⁹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodelogi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2009), h. 105.

Dengan demikian metode wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi dengan tujuan mendapatkan informasi penting yang diinginkan. Dalam kegiatan wawancara terjadi hubungan antara dua orang atau lebih, dimana keduanya berperilaku sesuai dengan status dan peranan mereka masing-masing.

Wawancara dibedakan menjadi dua macam yaitu, wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Sedangkan wawancara semiterstruktur merupakan wawancara yang dimana pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Dan wawancara tak berstruktur merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁵⁰

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur dimana dalam hal ini peneliti hanya mengajukan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan kerangka pertanyaan yang telah dipersiapkan. Sedangkan narasumber diberikan

⁵⁰Sugiyono, *Memahami penelitian kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 73.

kebebasan dalam memberikan jawaban. Metode wawancara ini digunakan untuk mendapatkan data tentang proses pelaksanaan penelitian ini dan untuk mendapatkan informasi tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan *Mudharabah* di Bank Aman Syariah Kec. Sekampung. Penulis berwawancara dengan Rosita Sari, Miftahul Fajar, Dedi Wahyudi, Ikhwan Nurayudin serta beberapa nasabah.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang yang tertulis. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti mencari data terkait dokumen, catatan harian maupun notulen rapat dan sebagainya.⁵¹ Sumber informasi dokumenter pada dasarnya adalah segala macam bentuk sumber informasi yang berhubungan dengan dokumen, baik yang resmi maupun yang tidak resmi.

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang ada di Bank Aman Syariah. Upaya lain dalam metode dokumentasi ini adalah penelusuran terhadap bahan pustaka yang menjadi sumber penelitian secara langsung yang meliputi profil Bank Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang

⁵¹ Prof. Dr. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 201

dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.⁵²

Berdasarkan penjelasan di atas maka analisis data dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif lapangan dan bersifat deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan memiliki pemahaman awal mengenai situasi masalah yang dihadapi.⁵³

Penelitian ini menggunakan metode berfikir induktif dalam menganalisa data, yaitu suatu metode berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkret tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁵⁴ Maksudnya dari kenyataan atau individu yang bersifat khusus kemudian dapat disimpulkan menjadi kesimpulan yang bersifat umum yaitu untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Bank Aman Syariah dalam memasarkan pembiayaan *Mudharabah*.

⁵²Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2009), h. 248.

⁵³Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 89

⁵⁴Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 1*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 2009), h. 42.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Bank Aman Syariah

1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah

PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur didirikan pada tanggal 17 Maret 2012 oleh 17 orang calon pemegang saham dan mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014. Hal ini berdasarkan surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor: S-237/PB.131/2014 tentang Pemberian izin usaha pada tanggal 30 Desember 2014.⁵⁵

PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur mendapatkan badan hukum PT berdasarkan Akta Pendirian PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur No. 15 tanggal 11 Februari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, S.H dan pengesahan Badan Hukum PT dari Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia Nomor: AHU5410.01982. PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Februari 2014 serta Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-2/PB.1/2014 tentang Pemberian Izin Usaha pada tanggal 30 Desember 2014. Dan mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014 berdasarkan surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor: S-237/PB.131/2014 tentang Pemberian izin usaha pada tanggal 30 Desember 2014.⁵⁶

Dalam operasioanalnya PT.BPRS Aman Syariah Lampung Timur dikelola oleh Direksi dan jajaran karyawan, diawasi oleh Dewan

⁵⁵Wawancara Dengan Direktur Bank Aman Syariah Pada Tanggal 14 September 2018

⁵⁶ Dokumentasi Bank Aman Syariah Sekampung, Pada Tanggal 14 September 2018

Komisaris serta Dewan Pengawas Syariah (DPS). PT BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas. (PT) dan BPRS merupakan singkatan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sedangkan Aman Syariah merupakan nama dari badan usaha tersebut. PT BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha dalam bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan pola syariah.⁵⁷

2. Visi dan Misi Bank Aman Syariah

Visi Bank Aman Syariah Lampung yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di wilayah Lampung dan sekitarnya.

Adapun misi Bank Aman Syariah sebagai berikut:

- a. Pemberian pelayanan jasa perbankan bagi pengusaha kecil di pedesaan yang mudah, aman, Islami dengan prinsip bank yang sehat dan sesuai dengan peraturan yang berlaku
- b. Berpartisipasi dalam upaya memberantas para pelepas uang (rentenir)
- c. Terciptanya ukhuwah Islamiyah yang semakin berkualitas baik antara nasabah dengan BPR Syariah sebagai pelaksana amaliah, maupun di antara nasabah BPR Syariah
- d. Membuka dan memperluas lapangan dan kesempatan kerja bagi masyarakat

⁵⁷ *Ibid.*,

- e. Mendidik masyarakat untuk selalu memikirkan masa depan dan tidak hanya menguntungkan kepada nasib, namun lebih menekankan kepada usaha.
- f. Mengupayakan terlaksananya syariah Islam dalam bermuamalah khususnya di bidang transaksi perbankan.
- g. Mengembangkan sistem ekonomi Islam dengan menjalin kemitraan dengan lembaga syariah lainnya dalam rangka mewujudkan masyarakat yang makmur dalam keadilan.⁵⁸

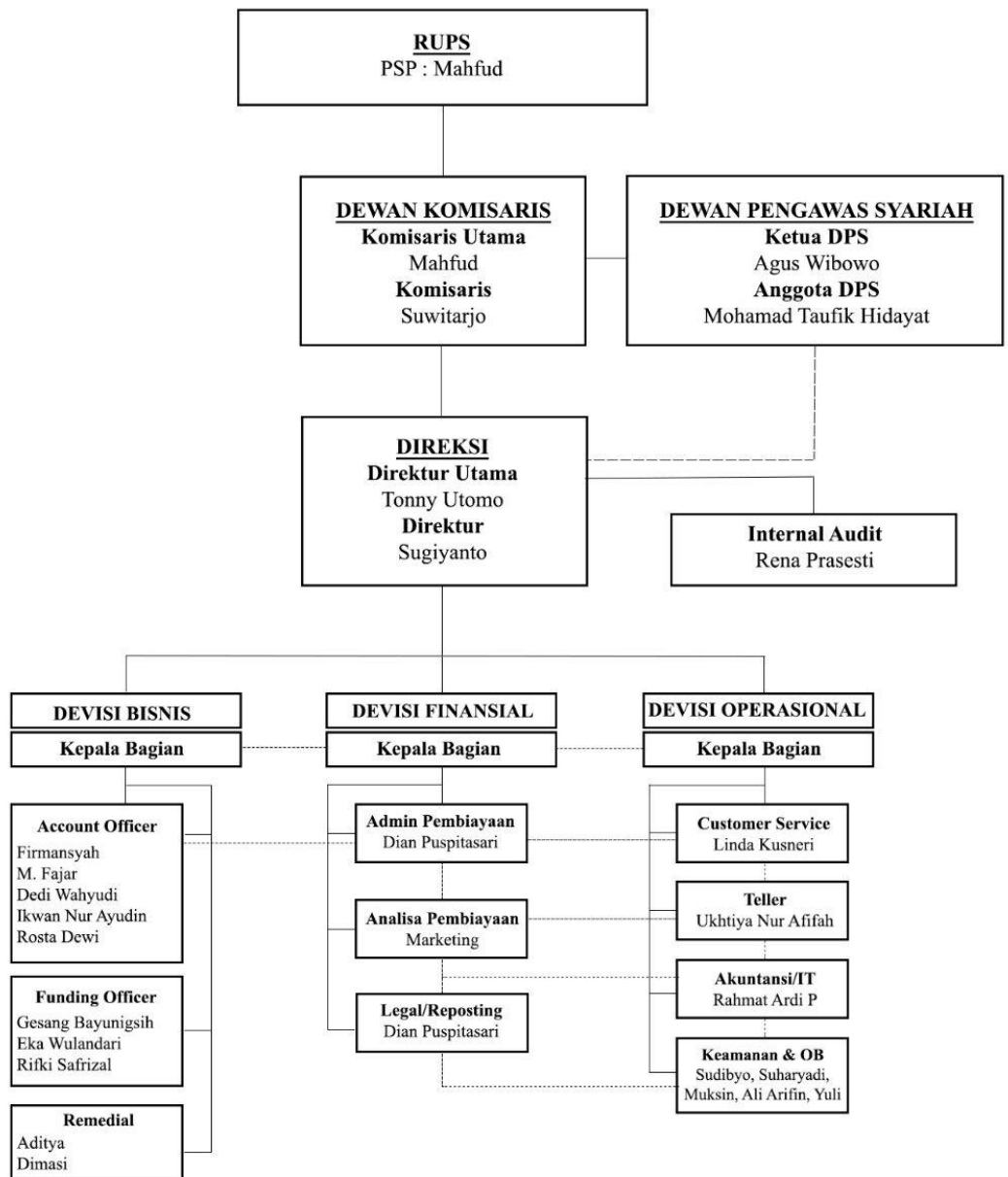
⁵⁸ *Ibid.*,

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah

Struktur organisasi PT BPRS Aman Syariah sebagai berikut:⁵⁹

Gambar 4.1

STRUKTUR ORGANISASI PT. BPRS AMAN SYARIAH



⁵⁹ *Ibid.*,

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, dapat diuraikan tugas masing-masing sebagai berikut:

Pemegang Saham Pengendali (PSP) merupakan pemegang saham sebesar 25% atau lebih dari jumlah saham yang dikeluarkan dan mempunyai hak suara. Selain itu dalam perbankan syariah juga terdapat dewan komisaris yang bertugas melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur Perseroan Terbatas (PT). Kemudian Dewan Pengawas Syariah (DPS) bertugas mengawasi jalannya operasi perbankan secara syariah dan yang akan memberikan arahan serta menjawab masalah yang muncul dilapangan. Direksi bertanggung jawab penuh atas pengurusan perusahaan. Internal Audit bertugas untuk membantu manajemen organisasi dalam memberikan pertanggungjawaban yang efektif.

Untuk bagian-bagian karyawan yaitu Teller memiliki tugas yang berhubungan langsung dengan nasabah dalam hal penarikan, penyetoran maupun transfer. *Customer service* memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan kepada nasabah termasuk menerima keluhan / masalah yang sedang dihadapi. *Account Officer* merupakan bagian yang memasarkan produk-produk yang ada dalam perbankan kepada masyarakat dan melakukan monitoring atas pembiayaan yang bdiberikan kepada nasabah. *Funding Officer* bagian yang bertugas menghimpun dana nasabah dalam bentuk tabungan. *Accounting* bertugas menetapkan sruktur keuangan perbankan serta membuat

laporan bulanan dan neraca perusahaan. Adm Legal bertugas melakukan proses analisa terhadap keabsahan (legalitas) dokumen para calon nasabah yang akan menjalin hubungan pembiayaan dengan pihak Bank, dan yang terakhir *Remedial Officer* bertugas menangani kredit yang sudah jatuh tempo.⁶⁰

4. Produk Pembiayaan PT. BPRS Aman Syariah

Produk pembiayaan yang ada di PT. BPRS Aman Syariah ada 3 macam yaitu berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli dan prinsip lainnya. Prinsip bagi hasil ada 2 yaitu *musyarakah* dan *mudharabah*, prinsip jual beli ada 3 yaitu *murabahah*, *ijarah* dan *multijasa*. Serta yang terakhir yaitu prinsip lainnya *qard* dan *qardhul hasan*.⁶¹

Produk pembiayaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:⁶²

a. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

1) *Musyarakah*

Merupakan kerja sama di mana dua orang sama-sama memberi modal untuk sebuah usaha

2) *Mudharabah*

Merupakan kerja sama dengan sistem bagi hasil antara dua pihak, pemilik modal mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola dengan suatu perjanjian di awal

⁶⁰ *Ibid.*,

⁶¹ Wawancara Dengan Direktur Bank Aman Syariah Pada Tanggal 14 September 2018

⁶² Dokumentasi Bank Aman Syariah Sekampung, Pada Tanggal 14 September 2018

b. Pembiayaan dengan prinsip jual beli:

1) *Murabahah*

Merupakan jual-beli antara bank dengan nasabah yang bersangkutan kemudian harga perolehan ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati antara bank syariah dan nasabah

2) *Ijarah*

Merupakan pemindahan manfaat atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut.

3) *Multi Jasa*

Merupakan penyaluran dana pembiayaan dalam bentuk pelayanan pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan maupun kepariwisataan

c. Pembiayaan dengan prinsip lainnya:

1) *Qard*

Merupakan pinjaman dana kepada nasabah sebagai fasilitas pinjaman talangan pada saat nasabah mengalami overdraft

5. Prosedur Pengajuan Pembiayaan *Mudharabah*

Prosedur pengajuan pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah ada 8 langkah, yaitu permohonan pengajuan, analisa awal,

survei lapangan, evaluasi akhir, keputusan komite, konfirmasi, pengikatan, dan yang terakhir pencairan/realisasi.⁶³

Langkah-langkah tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:⁶⁴

a. Permohonan Pengajuan

Calon nasabah datang ke bank dan mengajukan permohonan pembiayaan *mudharabah*. Kemudian nasabah mengisi dan melengkapi form permohonan pembiayaan dan menyiapkan persyaratan lainnya.

b. Analisa Awal

Pada analisa awal marketing membuat usulan dalam bentuk proposal yang berisikan analisis atas segala aspek mengenai permohonan pembiayaan, untuk diminta persetujuan pada komite pembiayaan

c. Survei Lapangan

Setelah dilakukan analisa terhadap nasabah tersebut, kemudian melakukan kunjungan / survey keusaha calon nasabah pembiayaan

d. Evaluasi Akhir

Evaluasi akhir dilakukan untuk melihat hasil-hasil yang telah dicapai secara keseluruhan dari awal sampai akhir

e. Keputusan Komite

⁶³ Wawancara Dengan Direktur Bank Aman Syariah Pada Tanggal 14 September 2018

⁶⁴ Dokumentasi Bank Aman Syariah Sekampung, Pada Tanggal 14 September 2018

Setelah dilakukan evaluasi akhir maka selanjutnya diputuskannya persetujuan suatu permohonan oleh komite pembiayaan kemudian dilakukan pembuatan surat penegasan persetujuan kepada pemohon pembiayaan

f. Konfirmasi

Dalam konfirmasi pihak Bank Aman Syariah dalam hal ini marketing menghubungi calon nasabah bahwasanya permohonan telah disetujui. Kemudian setelah itu membahas bagi hasil dan diputuskan bersama antara nasabah dengan pihak bank

g. Pengikatan

Setelah dilakukan konfirmasi dengan calon nasabah, maka selanjutnya melakukan pengikatan. Pengikatan yang dimaksud yaitu bisa disebut sebagai proses akad yang dilakukan antara nasabah dengan pihak bank sebelum pencairan/realisasi pembiayaan dilakukan

h. Pencairan/Realisasi

Tahap pencairan pembiayaan setelah seluruh persyaratan dipenuhi dokumen jaminan diserahkan pada bank. Dalam tahap ini permohonan pembiayaan telah menjadi nasabah bank yang mempunyai kewajiban untuk membayar angsuran atau bagi hasil yang telah disepakati

B. Strategi Pemasaran Pembiayaan *Mudharabah* Di Bank Aman Syariah

Salah satu upaya yang harus dilakukan oleh setiap lembaga keuangan ialah berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan strategi pemasaran agar pembiayaan yang ada dalam perbankan tersebut bisa terus mengalami peningkatan dan masyarakat bisa lebih paham/tahu sehingga tertarik untuk menggunakan produk-produk yang ada di bank tersebut. Karena dalam dunia perbankan strategi pemasaran sangatlah penting untuk terus memperkenalkan dan memasarkan produk-produk yang ada guna meningkatkan pembiayaan yang dimiliki oleh bank tersebut. Oleh karenanya peran dari pihak bank terutama marketing sangat penting dalam strategi pemasaran ini. Dalam Bank Aman Syariah terdapat 6 pembiayaan dengan data pembiayaan sebagai berikut:

Tabel 5.1

Data pembiayaan di Bank Aman Syariah tahun 2015-2017⁶⁵

Jenis Pembiayaan	2.015	2.016	2017
<i>Musyarakah</i>	450.000.000,00	310.000.000,00	540.000.000,00
<i>Mudharabah</i>	147.000.000,00	240.000.000,00	153.000.000,00
<i>Murabahah</i>	1.300.800.000,00	2.100.300.000,00	2.300.000.000,00
<i>Ijarah</i>	160.000.000,00	340.000.000,00	-
<i>Multijasa</i>	1.080.500.000,00	1.400.200.000,00	1.010.000.000,00
<i>Qard</i>	100.000.000,00	-	-
Jumlah	3.238.300.000,00	4.390.500.000,00	4.003.000.000,00

⁶⁵ Dokumentasi laporan accounting Bank Aman Syariah tahun 2015-2017

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan *mudharabah* masih sangat minim jika dibanding dengan pembiayaan yang lain. Pada tahun 2015 pembiayaan *mudharabah* hanya Rp.147.000.000 dari total pembiayaan Rp.3.238.300.000. Jika dipersenkan hanya 2,2 %. Pada tahun 2016 pembiayaan *mudharabah* hanya Rp.240.000.000 dari total pembiayaan 4.390.500.000 dan jika dipersenkan hanya 1,8 %. Dan pada tahun 2017 pembiayaan *mudharabah* hanya Rp.153.000.000 jika dipersenkan hanya 2,6%.

Menurut Direktur Bank Aman Syariah Bapak Sugiyanto, bahwasanya penyebab rendahnya jumlah nasabah pembiayaan *mudharabah* disebabkan karena beberapa faktor yaitu pihak bank menerapkan prinsip kehati-hatian dalam mengeluarkan dana 100% untuk modal usaha pengelola serta kurangnya kesiapan dari SDM atau nasabah itu sendiri.⁶⁶

Hal ini diperkuat oleh Bapak Gm wargadesa Giriklopomulyo. Awalnya beliau mengetahui produk-produk yang ada di Bank Aman Syariah karena didatangi oleh salah 1 marketing. Sudah 1 tahun Bapak Gm menjadi nasabah di Bank Aman Syariah. Pada saat itu marketing menyampaikan produk tabungan dan produk pembiayaan. Yang beliau ingat pembiayaan yang disampaikan ada 3, yaitu *multijasa*, *murabahah* dan *mudharabah*. Seingat beliau marketing juga menyampaikan pendapatan bagi hasil yang biasa didapatkan oleh Bank Aman Syariah.

⁶⁶Wawancara Dengan Direktur Bank Aman Syariah Pada Tanggal 14 September 2018

Akan tetapi beliau tidak paham dengan yang marketing sampaikan dan tidak juga berani untuk bertanya. Untuk produk pembiayaan juga tidak dijelaskan secara rinci. Karena sampai beliau menjadi nasabah pembiayaan pun, tetap belum paham juga apa arti dari bagi hasil itu sendiri.⁶⁷

Pada akhir 2017 Bapak Gm tertarik dengan salah 1 produk pembiayaan tersebut. Akan tetapi bukan dengan pembiayaan *mudharabah*, melainkan yaitu pembiayaan multijasa. Bapak Gm memang sama sekali tidak tertarik dengan alasan karena faktor usia yang sudah cukup lanjut. Menurutnya dengan usia yang saat ini menginjak 52 tahun beliau merasa tidak kuat lagi untuk bekerja/berpikir lebih keras.⁶⁸

Wawancara dengan Ibu Pr wargadesa Sumbergede. Beliau mengetahui produk-produk Bank Aman Syariah karena didatangi juga oleh seorang marketing. Akan tetapi sebenarnya beliau sudah mengetahui keberadaan Bank Aman Syariah ini dari awal berdiri. Karena jarak rumah dengan Bank Aman Syariah sangat berdekatan. Saat ini beliau masih menjadi nasabah pembiayaan. Beliau sempat tertarik dengan pembiayaan *mudharabah*. Pada saat itu marketing menyampaikan mengenai pembiayaan *mudharabah* dengan dijelaskan mengenai alur bahkan sampai pencatatannya. Tetapi sampai sekarang Ibu Pr belum berani untuk bergabung dengan pembiayaan *mudharabah* karena beliau masih ada sedikit perasaan takut dan belum yakin 100% terhadap dirinya sendiri apakah ia akan mampu jika bergabung dalam pembiayaan *mudharabah*. Walau

⁶⁷ Wawancara Dengan Bapak Gm Nasabah Pembiayaan Pada Tanggal 18 September

⁶⁸*ibid.*,

sebenarnya terbesit niat untuk bisa bekerjasama dengan Bank Aman Syariah.⁶⁹

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pembiayaan *mudharabah* ini dengan kerap melakukan edukasi kepada marketing yang bertujuan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas SDM dari marketing pada saat menyampaikan pembiayaan *mudharabah*. Demi lakunya pembiayaan *mudharabah* di masyarakat, kemudian marketing juga melakukan edukasi kepada para nasabah. Lalu melakukan promosi dari nasabah yang satu ke nasabah yang lain. Hal ini dirasa sangat penting dan juga merupakan tugas bagi setiap marketing.⁷⁰

Dalam strategi pemasaran yang ada, menurut Direktur Bank Aman Syariah yang paling sering digunakan yaitu penjualan pribadi dan selalu disebutkan pendapatan bagi hasil yang selama didapatkan oleh Bank Aman Syariah guna membuat calon nasabah tertarik untuk menggunakan pembiayaan *mudharabah*. Karena kedua strategi tersebut merupakan cara yang paling mudah. Tetapi tergantung dari pribadi masing-masing marketing bagaimana cara membawakan gaya bicaranya agar nasabah tertarik dengan apa yang disampaikan marketing. Sehingga strategi yang selama ini dilakukan oleh pihak Bank Aman Syariah masih dirasa kurang maksimal.⁷¹ Cara yang dilakukan ini sesuai dengan strategi promosi dan strategi harga. Sebab strategi promosi mencakup penjualan pribadi dan strategi harga dengan selalu menyebutkan pendapatan bagi hasil yang

⁶⁹Wawancara Dengan Ibu Pr Nasabah Pembiayaan Pada Tanggal 18 September 2018

⁷⁰Wawancara Dengan Direktur Bank Aman Syariah Pada Tanggal 14 September 2018

⁷¹*Ibid.*,

selama ini diperoleh Bank Aman Syariah guna membuat calon nasabah tertarik.

Akan tetapi dalam melakukan strategi pemasaran, langkah-langkah yang dilakukan tidak sesuai dengan teori yang ada. Karena yang selama ini dilakukan marketing bagaimana caranya pemasaran pembiayaan *mudharabah* ini diterapkan akan tetapi melalui caranya masing-masing. Sehingga strategi antara marketing yang satu dengan marketing yang lain bisa berbeda-beda.⁷²

Seperti yang dilakukan oleh Miftahul Fajar Miftahul Fajar strategi yang selama ini ia gunakan dalam memasarkan pembiayaan *mudharabah* melalui penyebaran brosur, edukasi dan media sosial. Dengan adanya penyebaran brosur akan mendorong si penerima dan memungkinkan adanya variasi gaya dalam berpromosi. Keunggulan dalam penyebaran brosur yaitu dapat menghemat waktu karena secara tidak langsung penyebaran brosur ini dapat mewakili lembaga keuangan tersebut dalam memberikan informasi tentang produk-produk yang ada di lembaga keuangan tersebut.⁷³

Kedua melalui edukasi menurut Miftahul Fajar dirasa lebih efektif karena menyampaikan sekaligus dengan orang banyak serta dalam 1 waktu ia bisa dengan gamblang menyampaikan pembiayaan *mudharabah*. Yang ketiga yaitu melalui media sosial dengan melakukan pemberitahuan di *facebook* dan *whatsapp* serta di tulis juga penjelasannya mengenai

⁷² Wawancara Dengan Direktur Bank Aman Syariah Pada Tanggal 14 Januari 2019

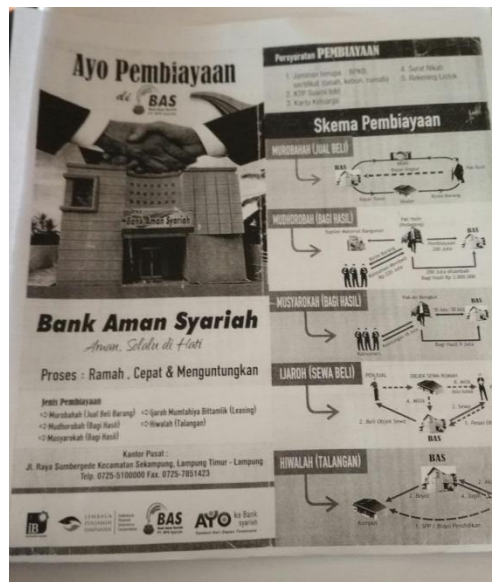
⁷³ Wawancara Dengan Miftahul Fajar Marketing Bank Aman Syariah 17 Desember 2018

pembiayaan *mudharabah* sembari disampaikan bagi yang berminat bisa menghubungi beliau.⁷⁴ Pada dasarnya yang dilakukan Miftahul Fajar ini menggunakan sarana periklanan, publisitas dan penjualan pribadi (*personal selling*). Akan tetapi isi pesan yang disampaikan Miftahul Fajar melalui *facebook* dan *whatsapp* tidak ekstrim untuk bisa membuat masyarakat/calon nasabah yakin. Karena isi pesan tersebut hanya sebatas mempromosikan pembiayaan *mudharabah* saja.

Berikut cara yang dilakukan oleh Miftahul Fajar marketing Bank Aman Syariah dalam memasarkan pembiayaan *mudharabah* melalui media sosial *facebook* dan *whatsapp*, periklanan melalui penyebaran brosur serta publisitas yaitu penyebaran brosur.



⁷⁴ *Ibid.*,



Menurut Miftahul Fajar strategi yang telah dilakukan diatas sudah cukup untuk membuat nasabah bisa tertarik. Karenanya pesan yang ia sampaikan sudah jelas dan apabila calon nasabah kurang memahami maka akan didatangi langsung oleh marketing

Hampir sama juga dengan yang dilakukan oleh Dedi Wahyudi yaitu strategi yang dilakukan melalui media sosial dan penjualan pribadi. Media sosial yang ia manfaatkan dengan memposting di *whatsapp*nya adanya pembiayaan *mudharabah* di Bank Aman Syariah, apabila dikemudian ada yang menanyakan maka ia mendatangi kediaman orang tersebut dan pada saat itu dijelaskan alur pembiayaan *mudharabah* ini. Yang kedua yaitu penjualan pribadi dengan cara ia mendatangi para nasabahnya secara sengaja menjelaskan langsung akan adanya pembiayaan *mudharabah* baik nasabah lama maupun orang baru.⁷⁵ Dalam hal ini cara

⁷⁵ Wawancara Dengan Dedi Wahyudi Marketing Bank Aman Syariah 17 September 2018

yang dilakukan oleh Dedi Wahyudi hanya meliputi media sosial penjualan pribadi.

Berikut cara yang dilakukan oleh Dedi Wahyudi marketing Bank Aman Syariah melalui media sosial *whatsapp*.



Strategi yang selanjutnya menurut Ikhwan Nurayudin yaitu memilih kondisi pasar yang ramai dengan alasan tidak membuang waktu jika harus berganti ganti tempat dalam 1 hari jika pada 1 tempatpun bisa terjamah semua. Dengan menyebutkan semua produk-produk yang dimiliki oleh bank aman syariah, dengan begitu nasabah bebas untuk tertarik dengan produk *funding* (tabungan) atau *landing* (pembiayaan). Strategi yang terakhir yaitu menyebutkan bagi hasil yang selama ini diperoleh Bank Aman Syariah. Menurutnya untuk masyarakat awam banyak yang tidak terlalu paham dengan bagi hasil, akan tetapi paham ataupun tidak tetap harus dijelaskan karena hal tersebut sangatlah

penting.⁷⁶ Cara yang dilakukan oleh Ikhwan Nurayudin termasuk ke dalam strategi promosi bagian publisitas.

Wawancara dengan manager salah satu BMT yang berada di Sekampung. BMT ini telah bekerjasama dengan Bank Aman Syariah pada pembiayaan *mudharabah* tahun 2016. Marketing mendatangi BMT tersebut dan memang yang dibicarakan hanyalah mengenai pembiayaan *mudharabah*. Marketing juga menyampaikan tatacara dan bagi hasil yang selama ini diperoleh. Selang beberapa minggu manager dari BMT tersebut menghubungi marketing Bank Aman Syariah untuk menyetujui apa yang disampaikan marketing pada saat ini. Yang membuat tertarik yaitu karena menurutnya bagi hasil yang didapatkan cukup logis. Walaupun pada akhirnya bagi hasil yang diperoleh pun tetap berdasarkan kesepakatan bersama.⁷⁷

Tanpa adanya promosi jangan harap masyarakat dapat mengenal bank tersebut. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Namun tidak hanya promosi saja, harus pula di sejajarkan dengan strategi yang lain seperti yang dilakukan oleh Bank Aman Syariah yaitu strategi harga. Dalam hal ini pendapatan bagi hasil yang selama ini

⁷⁶Wawancara Dengan Ikhwan Nurayudin Marketing Bank Aman Syariah 17 September 2018

⁷⁷ Wawancara Dengan Manager Salah Satu Bmt Salah Satu BMT Di Sekampung Pada Tanggal 18 September 2018

didapatkan oleh Bank Aman Syariah selalu disebutkan guna membuat calon nasabah tertarik untuk menggunakan pembiayaan *mudharabah*. Yang terakhir yaitu strategi tempat. Dalam strategi tempat ini ketika berpromosi ia memilih lokasi yang dikelilingi dengan tempat-tempat usaha seperti bengkel-bengkel besar, fotokopi, serta *counter-counter* handphone. Cara semacam bisa menjadi pancingan untuk calon nasabah untuk mengelola usaha baru.⁷⁸

Wawancara dengan manager salah satu BMT di Metro. BMT ini juga telah bergabung dengan Bank Aman Syariah dengan pembiayaan *mudharabah* pada tahun 2016. Yang membuat BMT tersebut tertarik dan yakin untuk bergabung dengan pembiayaan *mudharabah* karena beberapa faktor yaitu: Bank Aman Syariah sudah dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan), kinerja keuangan dan perkembangan dana melalui *funding* dan *landing* yang dipaparkan oleh marketing Bank Aman Syariah. Marketing yang mendatangi BMT ini juga cukup jelas ketika memaparkan tentang aplikasi dan tatacara pembiayaan *mudharabah*, semua dijelaskan mulai dari akad hingga realisasi/pencairan dana.⁷⁹

Untuk daerah yang sering didatangi marketing, jika awalnya baru mencakup Sekampung, Tangkajene, Metro, kini sudah merambah ke daerah Bandar Jaya bahkan Kota Bumi. Akan tetapi untuk wilayah yang jauh seperti Bandar Jaya dan Kota Bumi para marketing berangkat

⁷⁸ Wawancara Dengan Ikhwan Nurayudin Marketing Bank Aman Syariah Pada Tanggal 17 September 2018

⁷⁹ Wawancara Dengan Manager Salah Satu Bmt Di Metro Pada Tanggal 19 September

bersamaan dengan Direktur Bank Aman Syariah menggunakan kendaraan roda empat.⁸⁰

Mengingat bahwa untuk pembiayaan *mudharabah* harus benar-benar mengetahui karakter dari nasabah yang akan dibiayai. Jika dengan lembaga keuangan seperti itu tentu sudah bisa dilihat bagaimana keuangan dari BMT tersebut. Walaupun tidak menutup kemungkinan ternyata setelah di fasilitasi pembiayaan tersebut masih saja mengalami kemacetan.⁸¹

Selama pengenalan produk berlangsung tidak ada kendala yang dialami marketing. Akan tetapi terkadang ada nasabah yang kurang memperhatikan ketika marketing sedang menyampikan tentang pembiayaan *mudharabah*, akan tetapi hal tersebut dirasa bukan kendala justru membuat marketing merasa tertantang untuk belajar lagi dalam gaya bicara dan pembawaan diri agar nasabah tidak gampang bosan. Karena bagi marketing bertemu dengan nasabah sudah menjadi makanan sehari-hari dengan watak dan karakter yang berbeda-beda sehingga marketing harus pandai menyikapi/menghadapi dari setiap karakter nasabah tersebut.⁸²

Berbeda dengan yang disampaikan Direkur Bank Aman Syariah, bahwasanya ada kendala yang dialami dalam memasarkan pembiayaan *mudharabah* disebabkan beberapa faktor, minimnya sumber daya manusia yang ada pada masyarakat dalam memahami pembiayaan *mudharabah*. Karena hingga saat ini sangat minim untuk masyarakat yang benar-benar

⁸⁰Wawancara Dengan Dedi Wahyudi Marketing Bank Aman Syariah Pada Tanggal 17 September 2018

⁸¹*Ibid.*,

⁸² Wawancara Dengan Miftahul Fajar Marketin Bank Aman Syariah Pada Tanggal 17 Desember 2018

mengetahui dan paham dengan pembiayaan *mudharabah* ini. Faktor kedua kurangnya pemahaman dan pengembangan dari marketing itu sendiri.⁸³

Pembiayaan *mudharabah* memang memiliki resiko tinggi untuk perusahaan, sehingga harus benar-benar selektif untuk memfasilitasi pembiayaan ini. Dari pihak marketing lebih tertarik ketika memasarkan pembiayaan *mudharabah* ke lembaga-lembaga keuangan ataupun yang lainnya seperti BMT dari pada ke perseorangan. Anggapannya karena lembaga keuangan tersebut bisa dipercaya walau tidak 100% tetapi paling tidak sudah mengetahui bagaimana keuangan BMT tersebut sehat. Sehingga hal tersebut yang menjadi alasan marketing lebih memilih lembaga keuangan untuk dijadikan sasaran pada saat memasarkan pembiayaan *mudharabah* ini.⁸⁴

Untuk mendukung agar strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank maksimal perlu di lakukan segmentasi pasar. Segmentasi pasar dilakukan untuk menyatukan dari berbagai keragaman kebutuhan dan keinginan masyarakat yang heterogen menjadi homogen. Pembiayaan *mudharabah* dipasarkan ke daerah-daerah yang memiliki cakupan usaha yang bagus. Seperti Sekampung, Tanjungkari dan sekitarnya serta Metro. Untuk daerah-daerah tersebut menjadi sasaran karena memang dikatakan cukup maju dengan sudah banyaknya tempat-tempat usaha yang dijalankan di daerah tersebut.. Akan tetapi hal ini akan sulit dilakukan apabila cara pemasaran melalui *faceebook* dan *whatsapp*. Cara ini hanya

⁸³ Wawancara Dengan Direktur Bank Aman Syariah Pada Tanggal 14 September 2018

⁸⁴ Wawancara Dengan Ikhwan Nurayudin Marketing Bank Aman Syariah Pada Tanggal 17 September 2018

bisa dilakukan apabila pemasaran secara langsung seperti penyebaran brosur dan penjualan pribadi.⁸⁵

Pembiayaan *mudharabah* ini dipasarkan ke kalangan masyarakat yang dikategorikan golongan menengah dan golongan atas. Untuk masyarakat kecil akan susah untuk mau bergabung dengan pembiayaan *mudharabah* dengan asumsi takut akan terjadinya risiko yang akan dihadapi, serta yang pasti mau ribet dengan adanya pelaporan setiap bulannya. Serta untuk kalangan golongan atas seperti ke tempat-tempat usaha bengkel-bengkel besar, dealer serta lembaga-lembaga keuangan maupun lembaga-lembaga yang lain.⁸⁶ Hal ini sesuai dengan segmentasi pasar berdasarkan demografis.

Ketika memasarkan pembiayaan *mudharabah* pada saat awal pengenalan produk dan ketika dialog berlangsung marketing bisa menilai bagaimana respon atau tanggapan nasabah ketika disampaikan tentang pembiayaan *mudharabah*. Kemudian apabila nasabah responnya baik pasti akan bertanya dan begitupun sebaliknya. Hal ini mudah dilakukan apabila pengenalan pembiayaan *mudharabah* pada saat marketing bertemu dengan 1 atau 2 nasabah. Jika dalam posisi ramai maka hal ini akan sulit untuk dilakukan.⁸⁷ Hal ini sesuai dengan segmentasi pasar berdasarkan perilaku.

Selain itu adapun bauran pemasaran yang dilakukan oleh Bank Aman Syariah melalui periklanan yaitu penyebaran brosur, penjualan pribadi,

⁸⁵Wawancara Dengan Dedi Wahyudi Marketing Bank Aman Syariah Pada Tanggal 17 September 2018

⁸⁶Wawancara Dengan Ikhwan Nurayudin Marketing Bank Aman Syariah Pada Tanggal 17 September 2018

⁸⁷*Ibid.*,

edukasi serta melalui media sosial.⁸⁸ Cara yang dilakukan ini sesuai dengan bauran pemasaran strategi promosi.

Akan tetapi terkadang promosi ini digunakan juga pada saat marketing bertemu dengan nasabah sembari menyampaikan kepada nasabah atau calon nasabahnya apabila saudara bapak/ibu atau kerabat ingin mengajukan pembiayaan bisa hubungi marketing tersebut. Hal tersebut dilakukan agar memudahkan masyarakat ketika membutuhkan pembiayaan/dana maka bisa langsung menghubungi marketing tersebut dengan memanfaatkan gadget yang ada.⁸⁹

Menurut Miftahul Fajar Marketing Bank Aman Syariah, lokasi Bank Aman Syarih dikatakan strategis apabila digunakan untuk nasabah pembiayaan *mudharabah*. Mengingat bahwa lokasinya sangat memungkinkan untuk dibuka sebagai tempat usaha seperti bengkel-bengkel besar, fotokopi, *counter-counter* handphone besar. Hal tersebut sangat memungkinkan untuk nasabah pembiayaan *mudharabah* dalam menjalankan usaha..⁹⁰ Hal ini sesuai dengan strategi pemasaran bagian strategi tempat.

Dalam memasarkan pembiayaan tentunya harga/nisbah menjadi hal yang penting bagi suatu produk. Konteksnya semakin besar bagi hasil yang akan diperoleh maka semakin banyak pula minat nasabah untuk

⁸⁸Wawancara Dengan Miftahul Fajar Marketing Bank Aman Syariah Pada Tanggal 17 Desember 2018

⁸⁹Wawancara Dengan Dedi Wahyudi Marketing Bank Aman Syariah Pada Tanggal 17 September 2018

⁹⁰Wawancara Dengan Miftahul Fajar Marketing Bank Aman Syariah Pada Tanggal 17 Desember 2018

pembiayaan tersebut. Dalam strategi harga yang ada dalam Bank Aman Syariah tidak ada upaya tersendiri dari pihak Bank untuk menarik nasabah misalkan dengan cara meminimumkan bagi hasil untuk Bank dan memperbesar untuk nasabah agar nasabah dapat tertarik dengan pembiayaan *mudharabah* ini. Karena yang dilaksanakan di Bank Aman Syariah bagi hasil yang akan diperoleh di putuskan berdasarkan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah. Hanya saja dalam strategi harga ini menjadi daya tarik untuk para calon nasabah karena selalu disebutkan pada saat menyampaikan pembiayaan *mudharabah* dan rata-rata nasabah tertarik karena bagi hasil yang selama ini diperoleh Bank Aman Syariah.⁹¹

⁹¹ Wawancara Dengan Direktur Bank Aman Syariah Pada Tanggal 14 September 2018

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah* yang dilakukan oleh Bank Aman Syariah tidak dilakukan secara serius. Hal ini terlihat dari strategi pemasaran yang efektif hanya bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dilakukan. Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dilakukan hanya mencakup strategi promosi. Strategi promosi dilakukan melalui penyebaran brosur, penjualan pribadi (*personal selling*), edukasi kepada masyarakat serta melalui media sosial *facebook* dan *whatsapp*.

B. Saran

Saran yang peneliti sampaikan untuk pihak bank dan marketing yaitu sebaiknya lebih memperluas lagi untuk daerah yang dijadikan sasaran pengenalan produk pembiayaan terutama *mudharabah* agar citra bank juga ikut populer dikalangan masyarakat luas. Lebih mengencangkan lagi untuk pembiayaan *mudharabah*, agar terus bisa mengalami peningkatan setiap tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahahmat Fathoni, *Metodelogi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)
- Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada)
- Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013),
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Mushaf Al-Azhar: Bandung, 2010)
- Gilbert A, Churchill, Jr, *Dasar-Dasar Riset Pemasaran Edisi 4 Jilid 1*, (Erlangga: 2005)
- Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran era Tradisional Sampai Era Global*, (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015)
- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011)
- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Fajar Interpretama Offset,2011)
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung : CV Mundur Maju, 1996)
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014)
- Lamb, W Charles, Et Al, *Pemasaran Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), Edisi 1
- Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009)
- M.Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia 2012)
- Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001)
- Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life And General) Konep Dan Operasional*, (Jakarta: Gema Insani)

- Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)
- Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012)
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka, 2009)
- Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2016)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Keenam Jilid 1*, (Erlangga)
- Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, (Erlangga: 2001)
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002)
- Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008)
- Sugiyono, *Memahami penelitian kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2013)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)
- Suraya Murcitaningrum, *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Prudent Media, 2013)
- Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 1*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 2009)
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perbankan
- Veitzal Rivai, Andria Permata Veitzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: Grafindo, 2008)
- Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008)



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS

NPM : 141269710

Semester/TA : IX/2018

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 21/11-18	✓	Pembeli - Abstract Sistem - Cakupan	
	Senin, 26/11-18	✓	Abstract & Motto, GSK Referensi	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710





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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia
NPM : 141269710

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : IX/2018

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 13/4-18	✓	Bea dan M-Y	
	Senin, 19/4-18	✓	Revisi Abstrak dan kata:	

Dosen Pembimbing I



Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa ybs,

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS

NPM : 141269710

Semester/TA : IX/2018

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 8/11/20	✓	- Supaya dibuat untuk menjawab pertanyaan pembaca	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS

NPM : 141269710

Semester/TA : IX/2018

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 6/4-18	✓	- Kerdul = per- kur & pabul. - kelimat / poyon kous jels - Pembahasan poy fapayah teor; tade muncal teor. Jelena top teor. krag bnat kempis.	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa ybs,

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS

NPM : 141269710

Semester/TA : IX/2018

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 1/11-18	✓	<ul style="list-style-type: none">- Ketrap ke-pan / data lapangan sbkr kontrol- Tabel dengan gambar berbeda- Gai judul & format- logap. data dlu, spt jala pebata, wa, bulat- Ampir- Dulu apa dlu juga kebelakangan fer	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa ybs,

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia
NPM : 141269710

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : IX/2018

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 7/10-18	✓	- Semua data baik dokumen ts' maupun wawancara, wawancara daftar footnote - Pembahasan Stasy dipaparkan data wawancara di wawancara, dengan lean. & merupakan paparan untuk new jelas pertanyaan pada - Smpulur : jawaban pertanyaan pada	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa ybs,

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
NPM : 141269710 Semester/TA : IX/2018

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin, 22/10-18	✓	- Sub B, setelah di kesler, pembina mudharah min. ditang puyelebya A & papale, kandi ditang A & papale Staksi yoy di kesler papale dengan Gude & Siskah - Gupale mada zuber HD potny paim	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa ybs,

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS

NPM : 141269710

Semester/TA : IX/2018

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 6/9-18	✓	Perbaikan APD dan surat	
	Rabu, 12/9-18	✓	APD APD	
	Senin, 24/9-18	✓	APD out line	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa ybs,

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia
NPM : 141269710

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2017

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 3/9-18	✓	Perbaiki - APBD Sesuai - Laporan, Kerangka kepend Praktis & mudah Cg relevan dan Permasalahan pada ditambah	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H.
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa ybs,

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS

NPM : 141269710

Semester/TA : VII/2017

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 27/8-17	✓	Perbaikan ABP Sesuai Catatan; buat & susun secara sistematis untuk mengah. Dr. Suhairi pemeriksaan & label & informasi direktor	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa ybs,

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS

NPM : 141269710

Semester/TA : VII/2017

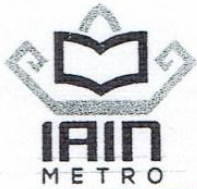
NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 10/7-18	✓	APD Bab I-IV tanyainw panyor APD & Kausal kayr Perbidang II kelebia Jekulu	

Dosen Pembimbing I

Dr. Sulhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa ybs,

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia
NPM : 141269710

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VII/2017

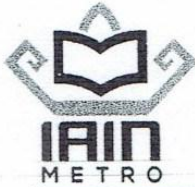
NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 17/18 17	✓	- Setiap kutipan diberi footnote - Sesuai hukum maksud dengan judul / sub judul ex. Pengerin; orang pengerin - Substansi & Yay & nama - Diproteksi.	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011990031003

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS

NPM : 141269710

Semester/TA : VII/2017

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin, 16/10/17	✓	- Sops. Dapubada - Pelan. Jazir Gada musabalah & mediasi - Sumber data minat & by diawancara' pab. Geri' Gatu	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa ybs,

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS

NPM : 141269710

Semester/TA : IX/2018

NO	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 09 oktober 2018		hal pemb. I dan pemb. II	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa ybs,

Drs. Dri Santoso, M.H
NIP. 196703161995031001

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia

Fakultas/Jurusan : FEBI/SI PBS

NPM : 141269710

Semester/TA : IX/2018

NO	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 26 September 2018	✓	Pertkuat lagi tentang ke4 strategi yang ditalukan di BAS	
	Jumat 28 September 2018	✓	-Sebelum masuk ke Basran ada langkah-langkahnya seperti : -Menentukan langkah program pertama -Seperti apa yang dituliskan -Jadilah dengan kembalinya kembali. Jika nanti muncul juga karena -strategi memenuhi pasar -tampilan masyarakat mana yang dituju -jenis usaha apa yang akan dituju oleh mahasiswa itu	

Dosen Pembimbing II

Drs. Dri Santoso, M.H
NIP. 196703161995031001

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nova Siska Aprilia
NPM : 141269710

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VIII / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 23 Juli 2018	✓	Beberapa untuk- mencakup di orah Cem - pda Ci (pau) an - Makluding unp. (SP).	
	Selasa 24 Juli 2018	✓	Ure. Ure.	

Dosen Pembimbing II

Drs. Dri Santoso, MH.
NIP. 19670316 199503 1 001

Mahasiswa Ybs.

Nova Siska Aprilia
NPM. 141269710



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

Nomor : B-157a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Dr. Suhairi, S.Ag.,MH
 2. Drs. Dri Santoso, MH
- di – Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Nova Siska Aprilia
NPM : 141269710
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1-Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Strategi Pengembangan Pembiayaan Mudharabah Dalam Meningkatkan Laba (Studi Kasus Di Bank Aman Syariah Sekampung Lampung Timur)

Dengan ketentuan :

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

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,



Dr. Widhya Ninsiana, M.Hum.

NIP. 197209232000032002



Nomor : B-236/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

Metro, 16 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Direktur Bank Aman Syariah Sekampung
di- Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa kami:

Nama : Nova Siska Aprilia
NPM : 141269710
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pembiayaan Mudharaabah Dalam Meningkatkan Laba
(Studi Kasus Bank Aman Syariah Kec. Sekampung Kab.
Lampung Timur).

Mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

NIP. 197209232000032002



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

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

Nomor : 1835/In.28/D.1/TL.00/08/2018
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Direktur Bank Aman Syariah
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

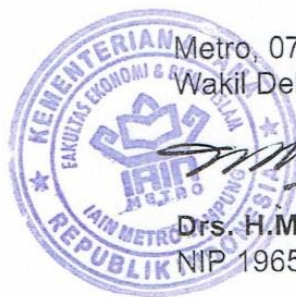
Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1834/In.28/D.1/TL.01/08/2018,
tanggal 07 Agustus 2018 atas nama saudara:

Nama : **NOVA SISKA APRILIA**
NPM : 141269710
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syaria'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Bank Aman Syariah, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH (Studi Kasus Bank Aman Syariah Sekampung 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, 07 Agustus 2018
Wakil Dekan I,

[Handwritten Signature]
Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 004



**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

SURAT TUGAS

Nomor: 1834/In.28/D.1/TL.01/08/2018

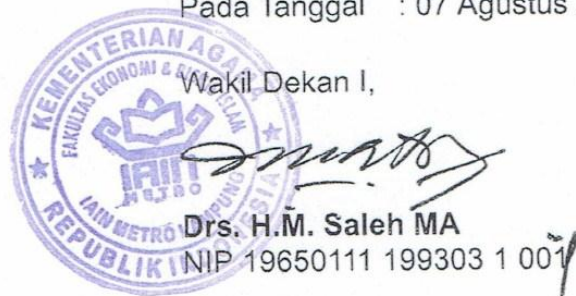
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **NOVA SISKA APRILIA**
NPM : 141269710
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Bank Aman Syariah, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH (Studi Kasus Bank Aman Syariah Sekampung Lampung Timur)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

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

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 07 Agustus 2018





PT. BPR SYARIAH
BANK AMAN SYARIAH



Jl. Raya Desa Sumbergede Kec. Sekampung Kab. Lampung Timur Telp. 0725 5 100 000

Lampung Timur, 21 September 2018

No : 010/Research/BAS/X/2018

Lamp : -

Kepada Yth.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

di.

Kota Metro

Perihal : Pemberian Izin Research

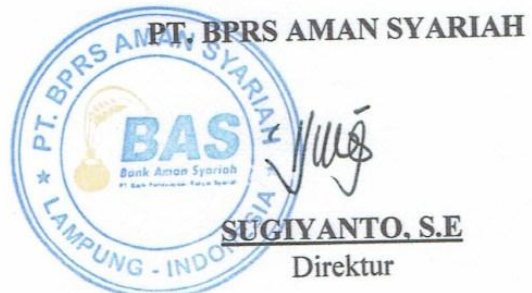
Assalamu'alaikum wr. wb.

Sehubungan dengan surat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Nomor : 1835/In.28/D.1/TL.00/08/2018 tanggal 07 Agustus 2018 perihal Permohonan Izin Research pada PT BPRS Aman Syariah Lampung, dengan ini disampaikan bahwa kami dapat menyetujui Permohonan Izin Research, atas nama saudara :

Nama : **NOVA SISKAPRILIA**
NPM : 141269710
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syari'ah
Judul : **"Strategi Pemasaran Pembiayaan Mudharabah (Studi Kasus Bank Aman Syariah Sekampung Lampung Timur)"**.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.





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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-0842/In.28/S/OT.01/11/2018**

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

Nama : Nova Siska Aprilia
NPM : 141269710
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 141269710.

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 26 Nopember 2018
Kepala Perpustakaan

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

DOKUMENTASI







RIWAYAT HIDUP



Nova Siska Aprilia adalah anak pertama dari pasangan suami istri Bapak Jabarudin dan Ibu Sukarsih. Lahir di Batangharjo pada tanggal 13 April 1996 dan memiliki seorang adik perempuan bernama Aura Martha Fadila. Peneliti memiliki hobi membaca serta bernyanyi.

Pendidikan yang peneliti tempuh pertama yaitu di Taman Kanak-kanak (TK) PGRI 2 Batangharjo lulus pada tahun 2002, kemudian melanjutkan ke SDN 3 Batangharjo lulus pada tahun 2008. Dan lanjut kembali di SMP PGRI 1 Batanghari lulus tahun 2011. Kemudian melanjutkan di MAN 1 Metro Lampung Timur dan lulus pada tahun 2014. Dan peneliti menyelesaikan kejenjang sarjana di IAIN Metro Jurusan S1 Perbankan Syariah pada tahun 2018.