SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET DI BPRS METRO MADANI KC. JATIMULYO

Oleh:

RIAL ROJA SAPUTRA

NPM. 1602100058



Jurusan: S1-Perbankan Syari'ah

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

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

STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET DI BPRS METRO MADANI KC. JATIMULYO

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

Oleh:

RIAL ROJA SAPUTRA NPM. 1602100058

Pembimbing I: Dr. Suhairi, S.Ag, M.H

Pembimbing II: Liberty, SE., MA

Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO 1442 H / 2020 M

NOTA DINAS

Nomor

Lampiran

: 1 (satu) Berkas

Perihal

: Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyahkan

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Di -

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama

: RIAL ROJA SAPUTRA

NPM

: 1602100058

Jurusan Fakultas : S1 Perbankan Syariah : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul

: Ekonomi dan Bisnis Islam :STRATEGI PEMASARAN

PADA PRODUK

PEMBIAYAAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET

DI BPRS METRO MADANI KC. JATIMULYO

Telah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatianya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I

<u>DF.SUHAIRI, S.Ag.MH</u> NIP. 197210011999031003 Metro, 25 November 2020

Pembimbing II

LIBERTY, SE., MA

NIP. 197408242000032002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal

STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK

PEMBIAYAAN DALAM UPAYA MENCAPI TARGET

DI BPRS METRO MADANI KC. JATIMULYO

Nama

: RIAL ROJA SAPUTRA

NPM

: 1602100058

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan

: S1 Perbankan Syariah

Sudah dapat kami setujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

embimbing I

DESUHAIRI, S.Ag.MH NIP. 197210011999031003 Metro, 25 November 2020

Pembimbing II

LIBERTY, SE.,MA

NIP. 198804272015032005



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

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI No. 0234 / (n · 28 · 3 / D / PP · 00 · 9 / 01 / 2021

Skripsi dengan judul : STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET DI BPRS METRO MADANI KC. JATIMULYO, disusun oleh : Rial Roja Saputra, NPM. 1602100058, Jurusan S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal : Jum'at/ 18 Desember 2020

TIM PENGUJI

Ketua/ Moderator : Dr. Suhairi, S.Ag., M.H

Penguji I : Rina El-Maza, S.H.I., M.S.I

Penguji II : Liberty, S.E., MA

Sekretaris : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

Mengetahui,

an hakutas Ekonomi dan Bisnis Islam

a Ninsiana, M.Hum

197209232000032002

STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET DI BPRS METRO MADANI KC. JATIMULYO

ABSTRAK

Oleh: RIAL ROJA SAPUTRA

Pesatnya perkembangan di dunia perbankan menuntut bank syariah yang hadir ditengah-tengah bank konvensional untuk dapat bertahan dan bersaing serta terus meningkatkan kompetensinya supaya dapat menarik kepercayaan dan minat nasabah akan kualitas produk dan layanan yang terdapat di bank syariah tersebut. Dengan meningkatnya kepercayaan dan minat nasabah untuk beralih ke bank syariah maka tentu akan meningkatkan pencapaian target penjualan produk yang ditawarkan. Besarnya target yang dapat dicapai sangat bergantung pada penerapan strategi pemasaran yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan dalam mencapai target di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo. Manfaat penelitian ini dapat dilihat secara teoretis dan praktis yaitu: Manfaat teoretis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan di bidang perbankan syariah, sedangkan secara praktis yaitu: untuk bahan koreksi dan evaluasi bagi praktik lembaga keuangan bank atau pimpinan lembaga keuangan bank.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau (*field research*) yang bersifat *deskriptif kualitatif*. Sumber data penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder dengan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Kemudian semua data tersebut dianalisis dengan cara berfikir induktif yakni berangkat dari data-data khusus dan fakta empiris dilapangan disusun,diolah, dikaji kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk yang diterapkan BPRS Metro Madani dalam upaya mencapai target yaitu dengan menggunakan *marketing mix/*bauran pemasaran yang terdiri dari 7P *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *physical evidence* (lingkungan fisik), *procces* (proses) serta dengan memperhatikan segmentasi pasar. Namun pada bagian promosi perlu dioptimalkan kembali.

MOTTO

يَأَيُهَا الَذِيْنَ ءَامَنُوا لَاتَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطِلَ إِلَّا أَنْ تَكُوْنَ تِجَرَةً عَن تَرَاضٍ يَأْيُهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوا لَاتَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطِلَ إِلَّا أَنْ تَكُوْنَ تِجَرَةً عَن تَرَاضٍ مَنكُمْ عَ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ عَ إِنَّ اللهَ 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" (Q.S An-Nisa'(4):29)

HALAMAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : RIAL ROJA SAPUTRA

NPM : 1602100058

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 dalam daftar pustaka

Metro, 30 November 2020

Yang Menyatakan

RIAL ROJA SAPUTRA

NPM 1602100058

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadirat Allah SWT hasil penelitian ini saya persembahkan kepada:

- Kedua Orangtua saya, Ibu Rohilah dan Bapak Jarwanto terimakasih atas limpahan do'a dan kasih saying tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik
- 2. Adik saya tercinta Rana Zhalila Roja Syafia yang telah memberikan semangat

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahi robbil'alamin Peneliti haturkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

Skripsi penelitian ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar S.E. Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

- 1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
- Ibu Dr. Widya Ninsiana M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy selakun Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
- 4. Bapak Dr.Suhairi,S.Ag.MH selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Liberty,SE.,MA selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan, bantuan, perhatian dan bahan masukan yang bersifat membangun bagi kesempurnaan dalam menyususn proposal ini.
- Seluruh Dosen IAIN Metro yang membimbing dan memberi motivasi peneliti untuk belajar menjadi lebih baik.

Peneliti disini sadar bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal ini, maka peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran positif yang dapat membantu memperbaiki penelitian ini.

Metro, 30 November 2020

RIAL ROJA SAPUTRA

NPM. 1602100058

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL				
HALAMAN JUDUL				
NOTA DINASi				
HALAMAN PERSETUJUANi				
ABSTRAK				
MOTTO				
PERSEMBAHAN				
HALAMAN ORISINALITAS				
DAFTAR ISI				
DAFTAR TABEL				
BAB I PENDAHULUAN	, AIII			
A. Latar Belakang Masalah	. 2			
B. Pertanyaan Penelitian				
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian				
D. Penelitian Relevan				
D. Telletitian Refevan	.)			
BAB II LANDASAN TEORI				
A. Strategi Pemasaran				
1. Pengertian Strategi dalam memasarkan produk	. 11			
2. Dasar Hukum Strategi Pemasaran	. 12			
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)				
4. Segmentasi Pasar				
B. Produk Pembiayaan Bank Syariah				
Pengertian Produk Pembiayaan Bank Syariah	. 23			
Macam-Macam Produk Bank Syariah				
2. Macain Macain Hodak Bank Syarian	. 21			
BAB III METODOLOGI PENELITIAN				
A. Jenis dan Sifat Penelitian	. 27			
B. Sumber Data	. 28			
C. Teknik Pengumpulan Data	. 30			
D. Teknik Analisis Data	. 32			
DAD IN HACH DENIEL PELAN				
A. Gambaran Umum BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo	. 34			
•				
1. Sejarah Berdirinya BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo				
2. Visi dan Misi BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo	. 35			
3. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo	. 36			
4. Produk Pembiayaan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo	. 39			

B. Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Dalam Upaya			
Mencapai Target Di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo	41		
C. Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Dalam Upaya			
Mencapai Target Di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo	45		
BAB V PENUTUP			
A. Kesimpulan	64		
B. Saran	64		
DAFTAR PUSTAKA			
LAMPIRAN			
RIWAYAT HIDUP			

DAFTAR TABEL

	Halam	an
1.	Total Pembiayaan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo	
	Tahun 2017-2019	5
2.	Total Pembiayaan Per-Produk Pembiayaan BPRS	
	Metro Madani Kc. Jatimulyo	50

DAFTAR LAMPIRAN

- 1. Alat Pengumpul Data (APD)
- 2. Surat Keputusan Pembimbing Skripsi
- 3. Surat Izin Research
- 4. Surat Tugas
- 5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
- 6. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
- 7. Balnko Konsultasi Bimbingan
- 8. Dokumentasi (Foto)
- 9. Daftar Riwayat HIdup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa produsen dan para penjual berpikir keras dalam memperoleh keuntungan supaya perusahaannya tetap eksis didunianya. Agar suatu perusahaan tidak menderita kerugian atau dengan kata lain harus memperoleh keuntungan seperti yang ditargetkan, badan usaha perusahaan tersebut perlu mengelolanya secara professional.

Tanpa pengelolaan yang professional jangan harap suatu perusahaan akan dapat memperoleh keuntungan seperti yang diharapkan khususnya badan usaha yang bergerak dibidang jasa keuangan yaitu bank syariah.

Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang menggunakan sistem yang relatif baru, tentunya masih banyak distorsi dalam prakteknya. Maka tahap demi tahap dengan memandang prioritas permasalahan yang ada, usaha dalam memperbaiki sistem yang ada di dalamnya selalu dilakukan.²

Secara sederhana kegiatan usaha pihak perbankan dapat dikatakan sebagai tempat melayani segala kebutuhan para nasabahnya. Para nasabah datang silih berganti baik sebagai penjual jasa maupun pembeli jasa yang ditawarkan oleh pihak bank. Hal ini sesuai dengan kegiatan utama suatu bank

54.

¹ Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2015), h. 188.

² Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2003), h.

yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (*funding*) dan kemudian menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiyaan (*landing*).³

Agar kegiatan usahanya ini tetap bertahan, bank syariah harus terus meningkatkan kinerjanya serta terus melakukan inovasi supaya produk-produknya tetap diminati oleh nasabah. Secara garis besar produk-produk yang ditawarkan oleh pihak bank syariah dibagi menjadi tiga bagian yaitu: Produk penghimpunan dana (*funding*), Produk penyaluran dana (*landing*) dan Produk jasa (*service*).⁴

Salah satu bank dengan keanekaragaman produk yang dimiliki yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah atau disingkat BPRS. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah salah satu bank syariah yang dalam kegiatan usahanya tidak memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran. Selain itu juga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah ini merupakan badan usaha yang berorientasi profit dalam menjalankan kegiatan usahanya. Maka dari itu perlu diterapkannya strategi yang efektif untuk mengemas dan memasarkan produkproduknya secara terpadu agar dapat merangsang dan menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan oleh pihak bank.

Supaya kegiatan pemasaran produk ini berjalan dengan baik, sesuai dengan sasaran yang diharapkan, maka perusahaan atau badan usaha harus menerapkan strategi yang tepat sesuai dengan lingkungan pemasaran perusahaannya, strategi inilah yang disebut sebagai strategi pemasaran.

³ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2011), h. 29

⁴ *Ibid*, h. 26

⁵ M Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), h. 198.

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Dinamika lingkungan bisnis termasuk bank berdampak pada perubahan selera dan prefensi pelanggan, perubahan ini pada gilirannya menuntut inovasi dan kreatifitas setiap perusahaan agar dapat menyempurnakan produk dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup dan profitabilitas perusahaan.

Ketika produk sudah diciptakan, harga juga sudah ditetapkan dan tempat sudah disediakan artinya produk tersebut telah siap untuk dijual dan dipasarkan. Supaya produk laku dijual kepada masyarakat atau nasabah maka masyarakat harus tau kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga dan dimana dapat diperoleh serta kelebihan produk terebut dibandingkan produk pesaing.⁷

Apabila produk pembiayaan bank syariah telah banyak diminati oleh nasabah maka target dari penjualan produk pembiayaan akan terpenuhi. Dengan terpenuhinya target dari penjualan produk ini tentu akan berdampak baik pada kondisi profitabilitas bank. Maka dari itu peran dari strategi pemasaran produk ini sangatlah penting untuk mencapai tujuan suatu perusahaan atau badan usaha.

⁷ M.Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2012), h.169

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h.154

Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan umum pemasaran, artinya laba atau profit pada suatu perusahaan akan membuat perusahaan tersebut tumbuh dan berkembang, menggunakan kemampuan yang lebih besar kepada konsumen serta memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan.⁸

Menurut Bapak Joko Susilo selaku Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc.Jatimulyo bahwa dalam proses memasarkan produk-produknya setiap marketing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo memiliki tantangan yang cukup berat yakni sulitnya mencari nasabah dikarenakan rendahnya wawasan masyarakat mengenai bank syariah sehingga kebanyakan nasabah meminjam dana atau mengajukan pembiayaan ke koperasi, bahkan mengajukan perkreditan ke bank konvensional. Masyarakat atau nasabah memilih mengajukan kredit ke bank konvensional dikarenakan prosesnya yang terbilang simple dan cepat.

Tantangan ini tentu saja akan mempengaruhi tercapainya target produk-produk. Diketahui bahwasannya target pembiayaan (*landing*) perbulan setiap marketing adalah 350 juta. Jika pada BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo terdapat tiga orang marketing maka target pembiayaan perbulan adalah 1,05 milyar. Artinya dalam satu tahun target pembiayaan yang harus dicapai dalam menunjang kondisi profitabilitas bank yaitu sebesar 12,6 Milyar. Produk pembiayaan yang terdapat di BPRS Metro Madani

⁸ Ajad Sudrajad, *Marketing Landing* BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo, Wawancara 20 November 2019

_

Kc.Jatimulyo antaralain: Pembiayaan murabahah, Pembiayaan musyarakah, ijarah multijasa dan gadai emas.⁹

Adapun data pembiayaan di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo pada tahun 2017-2019 yaitu :

Tabel 1.1 Data Pembiayaan di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo Tahun 2017-2019¹⁰

		J
TAHUN	NASABAH	PEMBIAYAAN
2017	363	Rp 11.542.530.000
2018	426	Rp 11.860.200.000
2019	442	Rp 11.923.700.000

Diketahui bahwa pada tahun 2017 sampai 2019 pembiayaan yang ada di BPRS Mertro Madani Kc. Jatimulyo mengalami peningkatan. Dalam rangka memasarkan produk-produk pembiayaan ini, BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo melakukan berbagai usaha baik secara langsung maupun secara tidak langsung diantaranya melalui penyebaran informasi dengan media elektronik berupa situs *website*, pesan *whatshaap* maupun media cetak seperti brosur dan spanduk.

Adapun *marketing mix* yang diterapkan di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, salah satunya adalah melakukan promosi dan aktif mengikuti pameran yang dilakukan jika ada suatu *event-event* tertentu. Proses pemasaran produk pembiayaan tersebut juga dilakukan dengan memperhatikan

-

⁹ Joko Susilo, Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo, Wawancara 25 November 2019

 $^{^{\}rm 10}$ Dokumentasi data Pembiayaan Periode 2017-2019 di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo

segmentasi-segmentasi untuk dapat menyesuaikan produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Upaya dalam memasarkan produk pembiayaan (landing) untuk mecapai target telah dilakukan oleh setiap marketing di BPRS Metro Madani Kc.Jatimulyo.¹¹

Berdasarkan masalah yang terjadi, bahwasannya BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo belum mencapai target pembiayaan yang memuaskan meskipun pembiayaan yang dicairkan mengalami peningkatan namun terdapat kendalakendala yang menghambat dalam upaya mencapai target yaitu rendahnya pemahaman masyarakat mengenai bank syariah dan persaingan didunia perbankan yang cukup ketat.

Oleh karena itu setiap marketing BPRS Metro Madani Kc.Jatimulyo harus bisa mengoptimalkan strategi pemasarannya untuk dapat mencapai target yang memuaskan. Strategi pemasaran yang digunakan untuk mencapai target adalah strategi pemasaran dengan memadukan komponen-komponen yang terdapat dalam Marketing mix atau bauran pemasaran. Komponenkomponen tersebut adalah product, price, place, people, process, physical evidence dan promotion serta dengan memperhatikan segmentasi-segmentasi untuk menyesuaikan produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

¹¹ Edi Darmadi, *Marketing Landing BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo*, Wawancara 25 November 2019

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka penulis disini tertarik untuk meneliti masalah tersebut lebih mendalam dengan mengangkat judul "Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Dalam Upaya Mencapai Target di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo"

B. Pertanyaan Penelitian

Melihat permasalahan yang ada dalam latarbelakang masalah, maka timbul pertanyaan yaitu: Bagaimana Strategi pemasaran produk pembiayaan yang dilakukan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo dalam mencapai target?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi pemasaran Pada Produk Pembiayaan dalam upaya mencapai target di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo

2. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

a. Secara Teoretis

Secara teoretis, penelitian yang dilakukan bisa menambah khazanah keilmuan di bidang perbankan syariah khususnya mengenai strategi pemasaran pada produk pembiayaan dalam upaya mencapai target. Juga sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis dapat digunakan sebagai salah satu koreksi dan masukan bagi lembaga keuangan bank atau pemimpin lembaga keuangan bank dalam merancang dan mempertimbangkan strategi pemasaran pada produk pembiayaan dalam upaya mencapai target.

D. Penelitian Relevan

Berdasarkan penelusuran judul-judul yang relevan terhadap skripsi ini, maka ditemukan beberapa judul terkait dengan strategi pemasaran pada peoduk pembiayaan dalam upaya mencapai target di BPRS Metro Madani Kc.Jatimulyo. Peneliti melihat dan melakukan tinjauan yang terdapat dalam penelitian sebelumnya. Adapun penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Pertama, Tugas akhir dari Irawati pada tahun 2016 yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Dalam Pencapaian Target di PT Bank Muamalat, Tbk Kcp SM.Raja Medan". Didapat hasil penelitian yaitu dalam melaksanakan strategi pemasaran produk murabahah dalam pencapaian target dilakukan dengan menggunakan konsep pemasaran marketing mix 4P antara lain (product, price, place, promotion). Strategi pemasaran ini sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam membeli produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia di cabang pembantu Sm.Raja

Medan, oleh karena itu pihak bank muamalat Indonesia lebih meningkatkan *marketing mix* yang diberikan kepada nasabah dengan memotivasi kinerja karyawan agar lebih baik.¹²

Kedua, Skripsi dari Eka Yuniarti tahun 2018 yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Market Share Pada BPRS Metro Madani, Jurusan S1-Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung. Dalam Skripsi ini peneliti meniliti strategi apa yang paling tepat dan faktor-faktor dalam meningkatkan market share. Dari hasil penelitian strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemasaran yang terdiri dari 7P (product, price, place, promotion, people, physical evidence, proses). Strategi pemasaran produk perlu dioptimalakan agar dapat meningkatkan market share. Perlunya meningkatkan system website (IT) supaya mempermudah ketika melihat data ataupun entry data, sehingga tidak perlu lagi mengedit atau mengelompokkan data nasabah secara manual.¹³

Ketiga, Skripsi dari Ade Ikhwan Anshori tahun 2014 yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Cilandak, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam Skripsi ini peneliti meneliti Strategi apa yang paling dominan dilakukan dan apa saja kendala-kendala dalam

¹² Irawati, *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Dalam Pencapaian Target (Studi PT Bank Muamalat Kcp SM.Raja Medan)*, Tugas Akhir (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2016), Dipublikasikan

¹³ Eka Yuniarti, Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan *Market Share* (Studi BPRS Metro Madani), Skripsi (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018), Dipublikasikan

memasarkan produk pembiayaan warung mikro kepada calon nasabah. Dari hasil penelitian ini strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Cilandak untuk mengembangkan dan memaarkan produk pembiayaan warung mikro adalah dengan menggunakan konsep pemasaran *marketing mix*. *Marketing mix* ini meliputi *product, price, place dan promotion* (4P). ¹⁴

Berdasarkan ketiga penelitian diatas, penelitian yang dilakukan oleh peneliti sama-sama mengkaji strategi pemasaran produk bank syariah. Sedangkan yang menjadi perbedaan penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus permasalahan untuk mencapai target pada produk-produk pembiayaan pada BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo serta dalam proses memasarkan produk-produknya dengan memperhatikan segmentasi-segmentasi untuk menyesuaikan produk pembiayaan yang sesuai dengan nasabah.

¹⁴ Ade Ikhwan Anshori, *Strategi Pemasaran Produk pembiayaan Warung Mikro Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah* (Studi Bank Syariah Mandiri KCP Cilandak), Skripsi (Jakarta: Universitas Islam Negri Hidayatullah, 2014), Dipublikasikan

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Kemampuan tentang pemahaman produk dan proses atau prosedur bank tidak lagi memadai untuk dapat menjual produk yang saat ini semakin kompleks kepada nasabah yang semakin pintar. Oleh karena itu para petugas penjualan dewasa ini harus lebih banyak memahami hal-hal lain diluar sekedar menjual suatu produk.

Mereka membutuhkan kemampuan untuk membangun hubungan dengan nasabah, menentukan kebutuhan nasabah dan kejelian memadukan bagaimana dan mengapa jasa dan produk bank tersebut dapat menjadi solusi bagi permasalahan yang sedang dihadapi oleh setiap nasabah.¹

Cravens dan Piercy menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan proses *market-driven* dari pengembangan strategi yang mempertimbangkan perubahan lingkungan dan kebutuhan untuk menawarkan *superior customer value*.

Fokus strategi pemasaran adalah kinerja organisasi. Dalam hal ini, strategi pemasaran menghubungkan organisasi dengan lingkungan serta memandang pemasaran sebagai suatu fungsi yang memiliki

¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 199.

tanggung jawab melebihi fungsi lain dalam keseluruhan aktivitas bisnis.²

Jadi strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan erat yaitu pasar sasaran dan bauran pemasaran.

Kedua faktor ini berhubungan erat. Pasar sasaran merupakan suatu sasaran yang dituju sedangkan bauran pemasaran merupakan alat untuk menuju sasaran tersebut³

2. Dasar Hukum Strategi Pemasaran

Dalam kerangka islam, etika dalam pemasaran tentunya perlu didasari pada nilai nilai yang dikandung Al-qur'an dan hadist nabi. Beberapa ayat yang dapat dijadikan pijakan etika dalam pemasaran Yaitu:

Firman Allah Q.S An-Nisa ayat: 29

يَأَيُهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوا لَاتَأْكُلُوا أَمُوالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطِلَ إِلَّا أَنْ تَكُوْنَ تِجَرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ وَإِنَّ اللهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا {٢٩}

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara

-

² Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung:CV Pustaka Setia, 2017), n. 51.

³ Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), h. 230.

kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Tafsir ayat tersebut adalah bahwa Allah swt. Melarang hambahambanya mukmin yang memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil dan melanggar syariat seperti riba, perjudian dan yang serupa dengan itu dari macam-macam tipu daya seakan-akan sesuai dengan hukum syari'at. Tetapi Allah mengetahui bahwa apa yang dilakukan itu hanya tipu muslihat dari si pelaku untuk menghindari ketentuan hukum yang digariskan oleh syariat Allah.⁴

Berdasarkan ayat tersebut dapat dipahami bahwasanya jika dikaitkan dengan pemasaran dalam perbankan syariah adalah dalam melakukan pemasaran para pemasar hendaklah menawarkan produk layanan dan jasa yang benar-benar halal serta tidak mengandung riba selain itu diantara pihak memiliki kesempatan yang sama. Dalam pemasaran syariah, seorang pemasar harus merasakan bahwasanya dalam setiap aktivitas pemasarannya ia selalu diawasi oleh Allah Swt, sehingga ia akan sangat berhati-hati dalam memasarkan produknya. Seorang pemasar syariah, tidak akan memberikan janji yang kosong belaka yang bertujuan hanya untuk mencari nasabah dan mencapai target penjualan.

Untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan dan berkembangnya perusahaan maka suatu perusahaan membutuhkan

⁴ Ibnu Katsir, *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsir* diterjemahkan oleh Salim Bahreisy, Said Bahreisy, dari judul asli *Muhtasoru Tafsirubnu Katsir*. PT Bina Ilmu: Surabaya, 2006, jilid 6, h.346.

manajemen pemasaran yang baik dan profesional. Dengan manajemen perusahaan yang baik ini diharapkan perusahaan mempunyai daya saing yang tinggi dan laba perusahaan akan selalu meningkat dan devidenpun meningkat. Dalam ekonomi islam ada beberapa hal yang menjadi tujuan utama (*maqasid syariah*), tujuan utama ini harus dapat dipenuhi oleh semua perusahaan. hal ini menjadi penting karena dijadikan sebagai parameter atau ukuran bagaimana sebuah perusahaan itu bisa dikatakan syariah atau tidak.⁵

Disamping itu, teladan rasulullah dalam berdagang kirannya dapat dijadikan acuan dalam memasarkan produk perdagangannya.

Terkandung dalam Q.S Asy-Syura ayat : 183

"dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan." ⁶

Berdasarkan ayat tersebut dapat dipahami bahwasannya dalam memasarkan produk adalah tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran kuantitas maupun kualitas. Hal ini tentu akan mempengaruhi kepercayaan pelanggan kepada suatu perusahaan. Selain itu juga pelayanan yang diberikan harus diberikan semaksimal mungkin untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

⁶ *Ibid*, h. 157.

_

⁵ Yayan Fauzi, Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah, Jurnalis Ilmiah Ekonomi Islam, (Volume 01, Nomor 03, Tahun 2015), h. 156.

3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) 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-sendiri tanpa dukungan dari elemen lain. Dalam praktiknya, konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Khusus untuk produk yang berbentuk barang jasa diperlukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.⁷

Kotler menyebutkan komponen bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P yaitu *product, price, place* dan *promotion*. Sementara itu, Boom dan Bitner menambahkan dalam bisnis jasa, bauran pemasaran disamping 4P terdapat tambahan 3P yaitu: *people, physical evidence* dan *prosess*. Komponen tersebut antara lain:

a. Product

Produk secara umum dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat dikatakan sebagai produk. Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud.

.

⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h 213.

Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat dan dipegang oleh konsumen.

Sementara produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat dilihat atau dirasa oleh konsumen sebelum membeli salah satu contohnya adalah pelayanan jasa perbankan. Produk yang berupa jasa dapat diartikan sebagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.⁸

Adapun karakteristik jasa adalah sebagai berikut:

- Tidak berwujud, artinya tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum produk tersebut dibeli.
- 2) Tidak terpisahkan, artinya antara sipembeli dan sipenjual jasa saling berkaitan satu dengan yang lainnya.
- Beraneka ragam, artinya jasa dapat diperjual belikan dalam berbagai bentuk.
- 4) Tidak tahan lama, artinya jasa tidak bias disimpan begitu jasa dibeli maka akan segera dikonsumsi

b. Price (Harga)

Harga merupakan satu-satuya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan. Peranan penetapan harga

.

⁸ M.Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2012), h.139

akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas.

Peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi di pasaran.

Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Sementara faktor yang tidak langsung namun erat hubungannya dengan penetapan harga adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing. Karena faktor tersebutlah seorang produsen harus memperhatikan dan memperhitungkan dalam penentuan kebijakan harga yang akan ditempuh, sehingga nanti dapat memenuhi harapan produsen untuk dapat bersaing. 9

c. Promotion (Promosi)

Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen atau nasabah, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha

⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h.223

_

mempengaruhi para konsumen atas produk yang disediakan. Usaha tersebut dapat dilakukan dengan kegiatan promosi. ¹⁰

Tujuan utama promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan. Kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana membelanjakan pendapatannya.¹¹

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan ada beberapa bentuk antaralain:

- Advertising, merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan , barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat non personal.
 Media yang sering digunakan adalah majalah, surat kabar dan billboard.
- 2) Personal Selling, merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan.
- 3) Sales Promotion, merupakan segala kegiatan pemasaran yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pemeran, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur.

¹⁰ *Ibid*, h 264.

¹¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h.183.

4) *Publisitas*, merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara nonpersonal dengan membuat, baik yang berupa berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut di dalam media tercetak.¹²

Jadi promosi merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan usaha. Dengan promosi masyarakat luas akan mengetahui dan diharapkan masyarakat menggunakan produk yang dimiliki dan menambah keuntungan bagi usahan yang dijalankan.

d. *Place* (Penyaluran atau Distribusi)

Bagi perusahaan non bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang, sedangkan penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan pada lokasi cabang. Penentuan lokasi kantor cabang pada 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 menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.

e. People

_

¹² Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi...h 268

Yaitu semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan. *People* meliputi kegiatan untuk karyawan seperti mulai dari kegiatan rekruitmen, pendidikan dan pelatihan, motivasi, balas jasa dan kerja sama, serta pelanggan yang menjadi nasabah tau calon nasabah.

f. Physical Evidance

Physical Evidence atau bukti fisik terdiri dari adanya logo atau symbol perusahaan, moto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama, dan jaminan perusahaan. Perusahaan jasa perlu mengelola bukti fisik ini dengan hati-hati dan sistematis untuk menyampaikan kesan yang tepat dari pelayanan dari pelayanan kepada pelanggan. 13

g. Process

Process merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan atau kompleksitas prosedur kerja yang ada dibank yang bersangkutan.¹⁴

4. Segmentasi Pasar

¹³ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Cv Alfabeta, 2018), h.68.

¹⁴ Kasmir, Manajemen Perbankan...h 214

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula.¹⁵

Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat pasar terdiri dari banyak sekali pembeli yang berbeda dalam beberapa hal misalnya: keinginan, kebutuhan, kemampuan keuangan, lokasi, sikap pembelian dan praktik-praktik pembeliannya. Dari perbedaan-perbedaan ini dapat dilakukan segmentasi, karena setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri. 16

Latar belakang pentingnya segmentasi bagi perusahaan disebabkan: Pertama, karena segmentasi memungkinkan perusahaan lebih fokus dalam mengalokasikan sumberdaya. Kedua, segmentasi merupkan basis untuk menentukan komponen-komponen strategi, taktik dan value secara keseluruhan. segmentasi pasar dimaksudkan untuk mengarahkan kegiatan pemasaran pada segmen yang dipilih atas dasar kebutuhan dan karakteristik tertentu.

Oleh sebab itu segmentasi ini berupa proses keseluruhan dari perusahaan untuk memperhatikan pembeli dari tiap-tiap segmen. Sehingga untuk memudahkan bagi pengusaha untuk melihatnya dibuatlah beberapa kelompok saja. Untuk membuat kelompok tersebut

 $^{^{15}}$ Agus Sucipto, Studi Kelayakan Bisnis, (Malang:UIN-Maliki Press, 2011), h.55 16 Ibid, h. 56.

dibuatlah beberapa kriteria tertentu untuk memperoleh kelompok yang baik.¹⁷

Pada garis besarnya pola dasar untuk mengelompokkan pasar yaitu:

1) Geographic Segmentation

Pengelompokkan yang didasari atas daerah dimana para penjual atau marketing membedakan secara teliti, kira-kira daerah mana yang bisa memberikan keuntungan yang berbeda-beda.

2) Demographic Segmentation

Segmentasi ini dimaksudkan untuk membedakan berbagai macam kelompok atas dasar kedaan suatu masyarakat seperti pengelompokkan dalam bidang umur, jenis kelamin, pendapatan dan jabatan

3) Psychographic

Segmentasi ini mencoba untuk membedakan berbagai macam kebutuhan pembeli atau yang timbul sebagai hasil dari kenyataan bahwa kebutuhan pembeli lebih berbeda sepanjang life style atau personality life.

B. Produk Pembiayaan Bank Syariah

1. Pengertian Produk Pembiayaan Bank Syariah

 17 Drs. M. Mursid, $Manajemen\ Pemasaran, ($ Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 33.

_

Produk pembiayaan bank syariah adalah kegiatan bank syariah untuk menyalurkan dana kepada pihak lain atau yang membutuhkan dana berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana pada pengguna dana. 18

undang-undang Perbankan No. 10 tahun 1998. pembiayaan adalah penyedian uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setlah jatuh waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.¹⁹

2. Macam-Macam Produk Pembiayaan Bank Syariah

Pada dasarnya, sebagai lembaga keuangan syariah BPR Syariah dapat memberikan jasa-jasa keuangan yang serupa dengan bank-bank umum syariah. Dalam menyalurkan dana ke masyarakat BPR Syariah dapat memberikan produk dari jasa-jasa keuangan seperti:

1) Mudharabah

Dalam pembiayaan mudharabah, bank mengadakan dengan nasabah (pengusaha). Bank menyediakan akad pembiayaan modal usaha bagi proyek yang dikelola oleh pengusaha.

¹⁸ Julius R. Latumaerissa, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 29.

19 *Ibid.* h 31.

2) Musyarakah

Dalam pembiayaan *musyarakah* ini bank dengan pengusaha mengadakan perjanjian. Bank dan pengusaha berjanji bersama-sama membiayai suatu proyek yang juga dikelola secara bersama-sama.

3) Murabahah

Murabahah berasal dari kata ribhu (keuntungan) adalah transaksi jualbeli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin).

4) Salam

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan secara tunai. Bank bertindak sebagai pembeli. Prinsip yang harus dianut adalah harus diketahui terlebih dahulu jenis, kualitas dan jumlah barang dan hukum awal pembayaran harus dalam bentuk uang.²⁰

5) Istishna'

_

²⁰ Ir Adiwarman, *Bank Islam*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2004), h. 99.

Istishna' adalah kontrak penjualan antara pembeli dan produsen (pembuat barang). Kedua belah pihak harus saling menyetujui atau sepakat lebih dahulu tentang harga dan sistem pembayaran. Kesepakatan harga dapat dilakukan secara tawar menawar dan sistem pembayaran dapat dilakukan dimuka atau secara angsuran perbulan atau dibelakang.²¹

6) Qardh

Qardh merupakan pinjaman kebajikan tanpa imbalan. Aplikasinya dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu sebagai pinjaman talangan haji, sebagai pinjaman tunai, sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil, sebagai pinjaman kepada pengurus bank.

7) Rahn (Gadai)

Merupakan pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain (bank) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Atas jasanya, maka penerima kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberi amanah.²²

8) *Ijarah* (Prinsip Sewa)

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa melalui pembayaran upah sewa. Transaksi ijarah dilandaskan adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, tapi

 $^{^{21}}$ M. Nur Yasin, *Hukum Ekonomi Islam, (*Malang: UIN Malang Press, 2009), h.107 22 Ascarya, *Akad dan Prduk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h.108

perbedaannya terletak pada objek transaksinya adalah barang, pada ijarah objek transaksinya adalah jasa.²³

²³ Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syaria*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2003), h.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi di lokasi tersebut. ¹ Tujuan penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat. ²

Kaitannya dengan uraian di atas, penelitian ini mempelajari dan memahami Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Dalam Upaya Mencapai Target. Penelitian dilakukan di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, Lampung Selatan.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif kualitatif*. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam mencari fakta status kelompok manusia,

¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi dan Teknik Menyusun Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011) h 96

² Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodologi Pnelitian* ,(Jakarta:PT Bumi Aksara,2007) .h. 46.

suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang dengan interpretasi yang tepat.³

Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil maka sifat penelitian ini adalah deskriptif. Karena pada penelitian ini penulis mendeskripsikan atau menggambarkan secara secara sistematis fakta dan fenomena mengenai strategi pemasaran pada produk pembiayaan dalam upaya mencapai target di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sedangkan sumber utama dalam penelitian *kualitatif* ialah katakata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁴

Jadi data merupakan informasi-informasi yang terkumpul dan diperoleh dari hasil penelitian berupa fakta atau angka yang dapat dijadikan bahan untuk menunjang penulisan karya ilmiah berdasarkan sumber data yang didapat. Sumber Data ini kemudian penulis klarifikasikan menjadi dua yaitu:

³Sedarmayanti, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: Mandar Maju, 2002), h..31.

⁴ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* ,(Bandung:Remaja Rosda Karya, 2009), h. 157.

1. Sumber data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu Bapak Joko Susilo selaku pimpinan kepala cabang, Bapak Iwan, Edi Darmadi dan Ajad Sudrajad selaku Marketing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo. Dengan data ini penulis mendapat gambaran umum mengenai produk pembiayaan dan strategi pemasaran pada produk pembiayaan dalam upaya mencapai target di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo.

2. Sumber data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Sumber data ini berupa bahan-bahan bacaan seperti buku, jurnal, hasil penelitian, surat kabar dan lain sebagainya yang dapat mendukung data primer. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku-buku yang relevan dengan penelitian dan dilengkapi dengan arsip-arsip atau dokumen-dokumen yang ada pada BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, serta sumber-sumber lain yang ada kaitannya dengan penelitian.

Sumber data sekunder yang peneliti gunakan berasal dari bukubuku, antara lain: buku karangan M.Nur Rianto Al-Arif yang berjudul

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012) ,h. 225.

⁶ Rany Kountor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 180.

Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, Buku karangan Kasmir yang berjudul Manajemen Perbankan, Buku karangan Sofjan Assauri yang berjudul Manajemen pemasaran dasar konsep dan strategi, Buku karangan Ikatan Bankir Indonesia yang berjudul Memahami Bisnis Bank. Serta kepustakaan ilmiah lainnya yang terkait dengan Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Dalam Upaya Mencapai Target.

C. Teknik Pengumpulan Data

Hal yang dilakukan oleh seorang peneliti dalam sebuah penelitian adalah pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian.⁷ Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Reseach*) yang dilakukan di BPRS Metro Madani Kc.Jatimulyo mengenai Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Dalam Upaya Mencapai Target. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu.⁸ Dalam hal ini, peneliti langsung mengajukan pertanyaan kepada pimpinan cabang dan marketing atau *AO(Account*

⁸ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2008),h. 180.

⁷ W.Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:PT Gramedia, 2001), h. 110.

Officer). Pertanyaan yang diajukan adalah seputar strategi pemasaran pada produk pembiayaan dalam upaya mencapi target.

Ada tiga jenis teknik wawancara, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur dan wawancara tak terstruktur. Dari ketiga jenis wawancara tersebut, peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur dalam mengajukan pertanyaan pada pihak bank. Sistem atau teknik wawancara ini lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur.

Wawancara digunakan dalam penelitian ini untuk menggali data tentang strategi pemasaran produk pembiayaan yang dilakukan oleh setiap Marketing untuk mencapai target di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo. Wawancara dilakukan dengan Bapak Joko Susilo selaku pimpinan Kepala Cabang, Bapak Iwan, Bapak Edi Darmadi, dan Bapak Ajad Sudrajad selaku Marketing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo. Dalam melakukan wawancara, peneliti disini mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan informan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, catatan harian

⁹ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 89..

dan sebagianya.¹⁰ Dalam metode ini penulis menggunakan data-data dari BPRS Metro Madani Kc.Jatimulyo berupa dokumen resmi guna mendapatkan data yang relevan dengan penelitian ini. Seperti profil, gambaran umum tentang produk-produk BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dan brosur.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kualitatif, dalam penelitian kualitatif peneliti berangkat dari teori menuju data, dan terakhir pada penerimaan dan penolakan terhadap teori yang digunakan. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.¹¹

Proses berfikir induktif tidak dimulai dari teori yang bersifat umum tetapi dari fakta atau data khusus berdasarkan pengamatan di lapangan atau pengalaman empiris. Data dan fakta hasil pengamatan empiris disusun, diolah, dikaji, untuk kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum. 12

Berdasarkan keterangan tersebut, maka berfikir secara induktif dalam penelitian ini nantinya akan membahas secara khusus tentang strategi Pemasarana Pada Produk Pembiayaan Dalam Upaya Mencapai Target, kemudian dari strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Dalam Upaya

¹¹ Juliansyah nor, *Metodologi Penelitian Skripsi tesis,Disertasi Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013),h. 34.

¹⁰ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: CV Mandar Maju, 1996),h.
204

Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah, Makalah-Skripsi-Tesis-Disertasi*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2001), h. 7.

Mencapai Target tersebut dilakukan analisis dari strategi tersebut mana yang lebih efektif untuk diterapkan dalam usaha mencapai target

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo

1. Sejarah BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani KC Jatimulyo merupakan Kantor cabang dari BPRS Metro Madani Metro. Alamat BPRS Metro Madani cabang Jatimulyo ini terletak di Jalan Senopati No 369 Jatimulyo kecamatan Jati Agung Lampung Selatan Provinsi Lampung.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo merupakan salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip Syariah Islam dalam kegiatan operasionalnya. Dasar hukum UU nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan UU nomor 10 tahun 1998 dan terakhir UU nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

BPRS Metro Madani mulai beroperasional tanggal 20 September 2005, didirikan berdasarkan Akta Anggaran Dasar notaris Hermazulia, SH di Bandar Lampung no. 1 tanggal 03 Maret 2005 yang di sahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Azazi Manusia (HAM) nomor C16872 HT.01.01.TH.2005 tanggal 17 Juni 2005. Izin usaha

dari Bank Indonesia nomor 7/54/KEP.GBI/2005 tanggal 8 September 2005.¹³

Saat ini PT. BPRS Metro Madani memiliki 4 (empat) kantor cabang, 1 (satu) kantor Kas dan 1 (satu) Kantor Layanan Kas. Cabang pertama di Unit II Tulang Bawang sejak 14 Januari 2008, cabang kedua di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah sejak 01 November 2009, Cabang ketiga di Daya Murni Kecamatan Tumijajar Kabupaten Tulang Bawang Barat sejak 23 Juli 2012, cabang ke empat di Jatimulyo Kabupaten Lampung Selatan sejak 26 Agustus 2013 dan Kantor Kas Metro di 15a Kampus Kota Metro sejak 01 Oktober 2011.

2. Visi dan Misi BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo

Adapun visi dan misi dari BPRS Metro Madni Kc. Jatimulyo adalah sebagai berikut:

a. Visi

Mewujudkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani yang berkemajuan, bermartabat dan membawa kemaslahatan ummat.

b. Misi

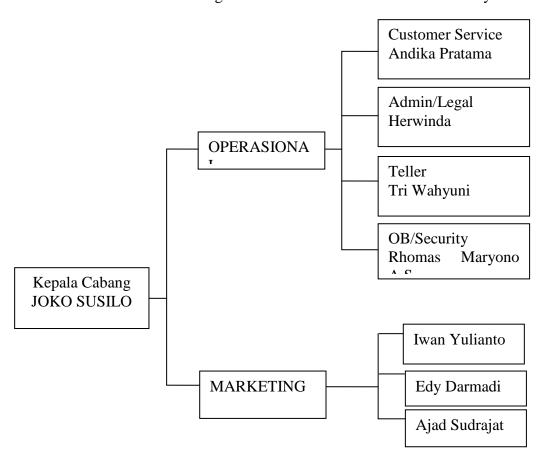
- 1) Menjalankan usaha Perbankan Syariah sesuai syariah Islam, yang sehat dan terpercaya.
- 2) Memberikan pelayanan terbaik dan professional kepada nasabah, share holder dan karyawan.¹⁴

 $^{\rm 13}$ Dokumentasi PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang. Jatimulyo. J
l Senopati No. 369 Jatiagung, 16 April 2020

3. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo

Adapun struktur organisasi BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo adalah sebagai berikut:

 ${\bf Gambar\ 1}$ Struktur Organisasi BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo 15



Struktur organisasi merupakan sarana yang menentukan keberhasilan perusahaan, dengan adanya struktur berarti telah terdapat pembagian tugas yang jelas untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh suatu perusahaan atau badan usaha terkhusus BPRS

¹⁴ Dokumentasi PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang. Jatimulyo. Jl Senopati No. 369 Jatiagung, 16 April 2020

¹⁵ Dokumentasi PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang. Jatimulyo. Jl Senopati No. 369 Jatiagung, 17 April 2020

Metro Madani Kc. Jatimulyo. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo memiliki ciri operasional yang sama seperti bank syariah pada umumnya. 16

Kepala cabang dan seluruh karyawan memiliki tugas yang berbeda-beda dalam kegiatan pengelolaan, sebagaimana yang telah ditetapkan oleh kantor pusat BPRS Metro Madani yang beralamat dijalan Diponegoro No.05 Komplek Muhammadiyah Metro pusat, Lampung untuk seluruh kantor cabang. Adapun kegiatan pengelolaan yang dilakukan tiap-tiap karyawan yaitu:

a. Kepala Cabang

Kepala cabang bertanggung jawab penuh atas seluruh kegiatan operasional khususnya segala hal yang berkaitan dengan pengadministrasian dan pengelolaan kegiatan kegiatan operasional yang meliputi kegiatan layanan nasabah/customer service, teller atau kasir, akunting atau pelaporan, administrasi tabungan dan deposito, serta support pembiayaan.

b. Funding Marketing

Bertanggung jawab terhadap segala bentuk penghimpunan dana dari nasabah.Selain itu juga berkewajiban untuk memberikan sosialisasi, edukasi, dan promosi mengenai produk tabungan kepada masyarakat yang nantinya diharapkan bisa menjadi nasabah

¹⁶ Dokumentasi PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang. Jatimulyo. Jl Senopati No. 369 Jatiagung, 17 April 2020

baru bagi bank sampai dengan pembinaan hubungan antara bank dan nasabah.

c. Landing Marketing

Bertanggung jawab terhadap segala bentuk pencairan pengajuan pembiayaan nasabah hingga pembinaan hubungan antara nasabah dan bank.Selain itu ,pemenuhan target sesuai proporsi menjadi salah satu tugas pokok marketing pembiayaan.

d. Customer Service

Bertanggung jawab atas pelayan nasabah dalam kepentingan pembukaan account tabungan,deposito serta memberikan informasi berkaitan dengan produk yang dimiliki oleh perusahaan dengan mengutamakan kualitas layanan demi kepuasan nasabah

e. Teller

Bertanggung jawab terhadap segala bentuk transaksi nasabah didalam bank baik itu transfer,setor tunai,tariktunai dan lain sebagainya.

f. Legal dan admin pembiayaan

Legal dan admin pembiayaan merupakan unit kerja yang bertanggung jawab atas pelaksanaan dalam proses pembiayaan khusus dari aspek legal pembiayaan,kelengkapan dan keabsahan surat-surat jaminan nasabah dan nilai serta kondisi fisik administrasi,pengarsipan dan pelaporan kondisi pembiayaan yang

diberikan.Bagian ini juga mengurus pengikatan jaminan dengan notaries yang menjadi rekan dari bank

g. Security

Bertanggung jawab terhadap kondisi keamanan dalam bank.Selain itu juga bertugas melayani nasabah yang datang dengan santun.

4. Produk-produk pembiayaan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo

Pada Bank pembiayaan rakyat syariah metro madani kantor cabang menyediakan layanan pembiayaan untuk modal kerja, investasi maupun konsumtif yang dikelola secara Syariah sehingga lebih menentramkan karena terhindar dari transaksi ribawi dan berlandaskan pada prinsip keadilan. ¹⁷

Produk-produk pembiayaan yang terdapat di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo yaitu sebagai berikut:

a. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan dengan prinsip jual-beli yang disediakan oleh BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo untuk keperluan modal kerja, maupun konsumtif dengan memberikan pembiayaan min Rp 5.000.000 dan max Rp 50.000.000 dengan jangka waktu 1-5 tahun dengan margin 3-4%

_

 $^{^{\}rm 17}$ Bapak Joko Susilo, Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, Wawancara 17 April 2020

b. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan dengan Prinsip Bagi Hasil yaitu Musyarakah. Calon nasabah dapat mengajukan pembiayaan sebagai modal usaha berdasarkan bagi hasil yang telah disepakati dengan nominal sebesar Rp 5.000.000- Rp 100.000.000 dalam jangka watu 1-10 tahun

c. Ijarah Multijasa

Merupakan jasa layanan yang diberikan oleh BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo kepada nasabah untuk kepengurusan haji dan umroh. Layanan ini diberikan dengan sistem sewa menyewa (ijarah) dimana nasabah menyewa jasa bank untuk membantu biaya kepengurusan haji dan umroh

d. Jasa Layanan

Jasa Layanan yang ada di BPRS antara lain:

- 1) Transfer online antar bank
 - Menyediakan jasa layanan transfer uang antar bank
- 2) Payment point jasa telekomunikasi
 - Menyediakan jasa layanan dalam hal pembayaran tagihan bulanan telephone, flexi, speedy, yes TV.
- 3) Payment point PLN jasa layanan

Penerimaan pembayaran tagihan listrik

e. Rahn Emas (gadai emas Syariah)

Gadai emas Syariah (rahn emas) merupakan salah satu jasa pelayanan pembiayaan yang diberika BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo kepada nasabah dengan jaminan berupa emas dengan kadar emas minimal 80% dan berat minimal 1 gram dengan biaya pemeliharaan Rp 4.800,-/gram/bulan. 18

B. Strategi Pemasaran produk pembiayaan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo Dalam Upaya Mencapai Target

BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo merupakan bank yang menghimpun dana dari masyarakat luas dan menyalurkan kembali kepada masyarakat pula yang mana dalam menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Ketika menjalankan kegiatan usahanya ini BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo lebih memprioritaskan kegiatan penyaluran dana atau pembiayaan guna mendukung tingkan profitabilitasnya. Produkproduk penyaluran dana atau pembiayaan yang ada di BPRS Metro Madani Kc. Jayimulyo yaitu pembiayaan *murabahah* (prinsip jual beli), pembiayaan *musyarakah* (modal kerja), gadai emas syariah (*rahn*) dan *Ijarah multijasa* (prinsip sewa). Sasaran dalam memasarkan produkproduk pembiayaan ini adalah para pengusaha, pedagang pasar dan home industry. Strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Metro Madani Kc.

 $^{^{18} \}mbox{Joko Susilo},$ Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, Wawancara 17 April 2020

Jatimulyo belum sepenuhnya optimal, hal ini tercermin dari pencapaian target pembiayaan yang kurang.

Kendala yang dialami ketika melakukan pemasaran produk pembiayaan adalah sulitnya mencari nasabah dikarenakan rendahnya wawasan masyarakat mengenai bank syariah sehingga kebanyakan nasabah meminjam dana atau mengajukan pembiayaan ke koperasi, bahkan mengajukan perkreditan ke bank konvensional. Masyarakat atau nasabah memilih mengajukan kredit ke bank konvensional dikarenakan prosesnya yang terbilang simple dan cepat.¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Iwan Selaku marketing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo beliau mengatakan bahwa sebelum memasarkan produk-produk pembiayaan ini setiap marketing selalu memperhatikan segmentasi pasar terlebih dahulu. Marketing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo mengelompokkan konsumen atau nasabah secara terpisah sesuai karakteristik ataupun kebutuhan konsumen atau nasabah. Hal ini bertujuan agar proses pemasaran yang dilakukan lebih terarah sehingga sumber daya perusahaan dapat digunakan secara efektif dan efisien.

Setelah proses segmentasi pasar ini dilakukan selanjutnya yang dilakukan setiap marketing adalah melakukan strategi pemasaran produk-produk pembiayaan agar dapat mencapai target yaitu sebagai berikut:

¹⁹ Joko Susilo, Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, Wawancara 17 April 2020

1. Product/Produk

Melakukan inovasi-inovasi dan pengembangan produk yang berbeda dengan produk bank lainnya. Hal ini bertujuan apabila tidak ada layanan di bank lain maka nasabah dapat menggunakan produk yang ada di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo. Apabila produk yang diberikan sama dengan bank lain maka dirasa kurang bisa bersaing. Contoh produknya yaitu pembiayaan kepengurusan haji yakni *ijarah multijasa*, karena di bank umum dan BMT belum ada produk tersebut, jadi hanya BPRS di Metro Madani Kc. Jatimulyo yang menangani pembiayaan kepengurusan haji. Selanjutnya produk gadai emas (*rahn*), karena pesaing nya masih sangat sedikit²⁰

2. Price/ Harga

Dalam strategi harga BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dapat bersaing. Mengenai biaya administrasi yang diterapkan *standard* dan tidak terlalu rumit. Namun karena segmentasi BPRS adalah mikro jadi berbeda dengan bank umum, maka perbandingannya bukan dengan bank umum karena untuk *price* atau harga bank umum lebih mahal disebabkan rata-rata modalnya lebih besar. Maka BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo hanya bersaing dengan sesama BPR dan koperasi.

Adapun biaya administrasi yang terdapat pada BPRS Metro Madani yaitu Rp 2.000 sampai Rp 5.000, untuk BPR Konvensional

 $^{^{20}}$ Iwan Yulianto, Marketing Landing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, Wawancara 17 April 2020

sebesar Rp 5.000 sampai Rp 10.000 dan untuk koperasi sebesar Rp 4.000 sampai Rp 9.000.²¹

3. Promotion/Promosi

BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo berupaya untuk meningkatkan promosi tidak hanya di daerah jatimulyo saja namun melakukan promosi di daerah luar Jatimulyo seperti ke daerah Bandar Lampung, Natar, Tanjung Bintang hingga ke Kota Metro. Menurut bapak Edi Darmadi Sebelum melakukan kegiatan promosi semua marketing menjadwalkan terlebih dahulu kegiatan kanvasing serbu pasar dan kegiatan *Door to door* di wilayah yang berbeda-beda disetiap harinya. Untuk kegiatan kanvasing ini dilakukan pagi hari secara bersama-sama.dan untuk kegiatan *Door to door* dilakukan di siang sampai sore hari setelah melakukan kanvasing serbu pasar.

Selain itu juga marketing melakukan promosi melalui berbagai media seperti website, brosur, dan mengikuti acara-acara seperti acara disekolah, instansi, rumah sakit dengan cara ikut join dengan acara tersebut.

Apabila instansi terkait sudah kerja sama dengan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo maka lebih mudah bagi BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dalam mempromosikan produknya. Karena biasanya BPRS Metro Madani mendapatkan undangan dari badan

_

 $^{^{21}}$ Edi Darmadi, $Marketing\ Landing\ BPRS\ Metro\ Madani\ Kc.$ Jatimulyo, Wawancara 18 April 2020

instansi tersebut agar berpartisipasi berupa spanduk dan lain-lain. Selain itu BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo melakukan promosi di toko-toko, pasar atau ditempat-tempat umum yang dikunjungi oleh orang banyak.²²

4. Place/Tempat

Pemilihan lokasi yang tepat akan cukup berpotensi terhadap penjualan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan khususnya perbankan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Joko Susilo, BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo memilih tempat dipusat pasar kecamatan Jatiagung Kabupaten Lampung Selatan karena lokasinya dinilai cukup strategis yakni memiliki banyak keunggulan seperti dekat dengan pusat perbelanjaan di kecamatan Jatiagung, tepat berada dijalan raya sehingga keberadaan kantor mudah dilihat oleh nasabah dan calon nasabah serta aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. ²³

5. People (orang)

People adalah unsur orang atau manusia yang melayani konsumen atau nasabah terutama dalam perusahaan yang menjual jasa. People yang dimaksud adalah pimpinan dan seluruh karyawan

 22 Edi Darmadi, Marketing Landing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, Wawancara 18 April 2020

 $2020_{}^{}^{}$ Ajad Sudrajad, $\it Marketing\ Landing\ BPRS\ Metro\ Madani\ Kc.$ Jatimulyo, Wawancara 17 April 2020 April 2020

BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo. Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan dalam hal ini, BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabahnya. Para petugas selalu bersikap ramah dan sabar dalam melayani nasabahnya dan dapat memberikan penjelasan serta pemahaman kepada nasabah dan calon nasabah, sehingga nasabah maupun calon nasabah nyaman menggunakan produk maupun jasa BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo.

Dalam hal strategi untuk mengembangkan kompetensi atau SDM setiap karyawan yang ada di BPRS MetroMadani Kc. Jatimulyo, pimpinan telah memulainya semenjak perekrutan calon karyawan dengan kualifikasi yang dibutuhkan oleh pihak bank.

Kemudian setelah kualifikasi dirasa telah memenuhi standar yang ditentukan dan apabila calon karyawan telah diterima serta telah bekerja pada bank, dilanjutkan dengan pelatihan dan pendidikan pengembangan kemampuan (*Training Skill*) selama 2 bulan. Dalam pelatihan ini karyawan akan dilatih mengenai keahlian, kemampuan, keterampilan dan pengetahuan yang spesifik dalam pelaksanaan tugastugas pekerjaannya didunia perbankan.²⁴

6. Physical Evidance

_

²⁴ Joko Susilo, Pimpinan Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, Wawancara 24 september 2020

Physical evidence artinya bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan jasa. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti bahwasannya di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo mendesain kantor senyaman mungkin dengan dilengkapi fasilitas-fasilitas yang mendukung kenyamanan bagi nasabah.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, bahwasannya ruang kantor BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo sangat nyaman dan bersih ditambah semua pegawainya bersikap ramah-tamah kepada nasabah. Fasilitas diruang tunggu dilengkapi dengan AC dan kursi yang disusum rapih dan lebar sehingga jika ada nasabah yang mengantri dapat menunggu dengan nyaman.²⁵

7. Process (Proses)

Dalam proses pembiayaan khususnya waktu pencairan dana yang diberikan, pada pembiayaan murabahah dan musyarakah waktu pencairan dana berkisar 3 sampai 7 hari sedangkan produk pembiayaan ijarah multijasa dan gadai emas/Rahn berkisar 1 sampai 4 hari.

Adapun Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam proses pengajuan pembiayaan yaitu:

1) Pengajuan permohonan pembiayaan dari nasabah

Pada pengajuan permohonan pembiayaan ini nasabah diharuskan menunggu konfirmasi penerimaan berkas

_

²⁵ Observasi di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo pada tanggal 19 April 2020

administrasi permohonan dari pihak bank 1 sampai 2 hari setelah berkas masuk. Adapun berkas kelengkapan administrasi ini berupa foto copy KTP dan Kartu Keluarga, Foto copy sertifikat bangunan atau tanah yang akan dijadikan jaminan dan foto copy NPWP.

2) Seleksi administrasi

Pihak bank menyeleksi berkas administrasi nasabah melalui *BI Cheking* untuk bisa melihat reputasi pinjaman calon nasabah, apakah calon nasabah pernah melakukan pinjaman di bank lain atau tidak. Jika ada peminjaman pada pihak bank lain apakah dalam keadaan lancar atau tidak. Ukuran waktu pada tahap seleksi administrasi ini berkisar 2 sampai 3 hari.

3) Analisis kelayakan pembiayaan

Setelah dilakukan seleksi administrasi dan hasil *BI Cheking* ternyata nasabah lancar atau nasabah belum pernah melakukan pinjaman sama sekali maka marketing akan melakukan survey untuk menganalisa kelayakan pembiayaan yang akan diberikan. Ukuran waktu Dalam melakukan analisa kelayakan pembiayaan ini marketing memerlukan waktu 3 sampai 4 hari.

4) Keputusan pemberian pembiayaan

Setelah marketing selesai melakukan analisa kelayakan pembiayaan dan nasabah dinilai layak untuk diberikan pembiayaan maka marketing akan membuat usulan pemberian pembiayaan kepada atasan. Ukuran waktu pada tahap pengambilan keputusan pemberian pembiayaan ini hanya berkisar 1 sampai 2 hari saja.

5) Pemenuhan kelengkapan administrasi

Dalam pemenuhan kelengkapan administrasi ini pihak bank akan memberi waktu nasabah 2 sampai 3 hari untuk memenuhi kelengkapan administrasi contohnya seperti foto copy surat nikah (bila sudah menikah) dan surat keterangan kerja (untuk pegawai atau karyawan).

6) Pencairan dana pembiayaan

Jika seluruh administrasi telah dipenuhi, marketing akan membawa sejumlah dana yang diajukan oleh nasabah dan melakukan akad pembiayaan didepan notaris. Akad pencairan dana ini dilakukan 1 hari oleh pihak bank dan juga nasabah.

Selain dari proses pembiayaan yang ada di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, proses pelayanan nasabah juga sangat penting karena menjadi media promosi yang efektif agar nasabah dapat menyampaikan kepada keluarga, kerabat, teman dan lainnya.²⁶

Adapun data pembiayaan per-produk di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo yang berhasil dicairkan pada tahun 2017-2019 adalah sebagai berikut:

²⁶Ajad Sudrajad, Marketing Landing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, Wawancara 17 April 2020 April 2020

Selain itu setiap produk-produk pembiayaan yang disediakan oleh BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo pada dasarnya memiliki target yang harus dicapai oleh setiap marketing dalam rangka menunjang kondisi profitabilitas perusahaan. Besarnya target yang yarus dicapai oleh marketing dalam satu tahun adalah 12,6 M. Marketing akan mendapat *reward* atau hadiah jika marketing tersebut dapat mencapai target yang telah ditentukan dan akan mendapat sanksi berupa teguran jika marketing tidak dapat mencapai tagetnya.²⁷

C. Analisis Strategi Pemasaran produk pembiayaan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo Dalam Upaya Mencapai Target

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dilapangan, Strategi pemasaran yang digunakan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dalam upaya mencapai target yaitu menggunakan *marketing mix* atau bauran pemasaran serta dengan memperhatikan segmentasi pasar untuk dapat menyesuaikan produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah atau konsumen.

Segmentasi pasar ini dilakukan sebelum proses pemasaran produk dilakukan yakni dengan melihat karakteristik dan latar belakang pribadi nasabah. Karakteristik dan latar belakang pribadi nasabah ini akan mempengaruhi keputusannya dalam mengkonsumsi produk perbankan syariah. Setelah mengetahui karakteristik dan latarbelakang pribadi

 $^{^{\}rm 27}$ Ajad Sidrajad, $\it Marketing\ Landing\ BPRS\ Metro\ Madani\ Kc.$ Jatimulyo, Wawancara 19 April 2020

nasabah, kemudian setiap *marketing landing* menganalisa apa yang mereka butuhkan dan harapkan sehingga produk pembiayaan yang ditawarkan dapat sesuai dengan kebutuhan nasabah. Setelah proses segmentasi ini dilakukan selanjutnya *marketing landing* memasarkan produk-produk pembiayaan.

Strategi dalam memasarkan produk-produk pembiayaan ini dilakukan dengan memadukan komponen yang terdapat dalam *marketing mix* atau bauran pemasaran. Komponen-komponen Bauran Pemasaran tersebut terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people,physical evidence*, dan *process*.

1. Product (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang disediakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Strategi produk yang dilakukan harus diikuti dengan penentuan logo dan motto, pembuatan merek, pemilihan kemasan dan keputusan label.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Edi Darmadi selaku marketing landing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, Pada strategi produk BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo melakukan upaya dengan menciptakan produk yang berbeda dengan produk bank lainnya. Hal ini bertujuan apabila tidak ada layanan di bank lain maka nasabah dapat menggunakan produk BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo. Selain itu BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo mempunyai logo dan motto yang berbeda dengan bank lainnya, merek/nama produk yang ditawarkan

bervariasi, merek dalam BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo sudah mencakup layanan yang baik, dan keputusan label sudah diterapkan salah satu contohnya Pembiayaan ijarah multijasa.

Produk pembiayaan yang paling diminati masyarakat adalah produk pembiayaan murabahah. Masyarakat lebih berminat pada produk pembiayaan ini dikarenakan produk pembiayaan ini lebih mudah dalam proses akadnya, lebih murah margin/ujrohnya, jangka waktunya panjang, dan poduk pembiayaan ini hanya terdapat di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dan Koperasi Syariah Aman Sejahtera.

Dalam strategi produk di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo bahwasannya BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo menciptakan produk yang berbeda dengan BPR, BMT atau bank konvensional lainnya seperti produk ijarah multijasa untuk keperluan nasabah dalam kepengurusan haji dan umroh serta produk pembiayaan gadai emas/*Rahn*.

Adapun (*Product*) atau Produk merupakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk. Pada BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo bahwasannya produk yang ditawarkan oleh pihak bank sesuai dengan kebutuhan nasabah dan memiliki inovasi produk yang berbeda. Strategi produk yang berbeda dengan bank lain ini tentu akan menjadi peluang untuk mencapai target yang memuaskan serta dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

2. Price (harga)

Harga mengacu pada jumlah uang yang harus dibayar oleh pembeli agar mendapat produk yang dijual. Pengertian harga terhadap produk dan jasa bank syariah merupakan kontra prestasi dalam bentuk margin, bagi hasil, *fee* atau uang jasa (*ujrah*) untuk pembiayaan, penghimpunan dana, dan jasa yang diberikan.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Edi Darmadi selaku *marketing landing* BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, dalam strategi harga BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dapat bersaing. Mengenai biaya administrasi yang diterapkan *standard* yaitu sebesar Rp 2.000 sampai Rp 5.000 dan tidak terlalu rumit. Berbeda dengan bank konvensional atau Koperasi yang mengenai biaya administrasi mulai dari Rp5.000 sampai Rp10.000.

Dalam strategi harga ini bahwasannya BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dalam penentuan harga biaya administrasi yang ditetapkan oleh pihak bank tidak terlalu tinggi dan masih standar yaitu sebesar Rp 2.000 sampai Rp 5.000. Peranan penetapan harga ini akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi di pasaran. Dengan menetapkan harga biaya administrasi yang tidak terlalu tinggi akan menjadi daya tarik dan alternatif bagi nasabah.

Pada produk pembiayaan murabahah margin yang ditawarkan oleh pihak bank syraiah metro adani adalah 3-4% dengan pembiayaan min Rp 5.000.000 dan max Rp 50.000.000 dengan jangka waktu 1-5 tahun sedangkan pada BPR konvensional salah satunya Bank Tataarta bunga dari pinjaman sebesar 8-14%. Hal inilah yang menjadi dayatarik bagi nasabah untuk mengajukan pembiayaan di BPRS Metro Madani Kc. Jataimulyo.

3. Promotion (Promosi)

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka. BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo meningkatkan promosi kemasyarakatan, baik itu masyarakat biasa maupun pelaku ekonomi. Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa, sarana ataupun cara promosi yang dilakukan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dalam memasarkan produk-produknya adalah dengan *Advertising* (periklanan), media periklanan yang digunakan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo yaitu menggunakan Banner yang di pasang ditempat-tempat ramai.

Selain itu juga BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo melakukan periklanan dengan media elektronik yaitu melalui situs *website*. Hal ini bertujuan untuk memudahkan nasabah memperoleh informasi diera digital saat ini. Dengan demikian, para nasabah atau calon nasabah dapat mengenal dan mengetahui produk yang dipilihnya berdasarkan informasi

yang didapat dari brosur dan situs *website* tersebut. Selanjutnya, *personal* selling yang dilakukan BPRS Metro Madni Kc. Jatimulyo adalah dengan cara jemput bola atau *door to door* yaitu kunjungan rumah, dan kanvasing yaitu kunjungan ke pasar.

Dengan *personal selling* maka bank dengan mudah untuk mengenalkan produk secara langsung, meyakinkan dan membuat calon nasabah agar percaya akan keunggulan produk yang ditawarkan. Selanjutnya *publicity*, BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo melakukan promosi melalui kegiatan pameran di even-even desa, pembukaan stan promosi (*Open Table*) dan sponsorship kegiatan. Dalam kegiatan promosi perlu dioptimalkan kembali terutama promosi pada website dan pemasangan banner agar mempermudah dalam memperoleh informasi bagi nasabah maupun calon nasabah.

Namun berdasarkan pengamatan peneliti khususnya pada kegiatan periklanan (*Advertising*) dalam pemasangan banner, belum sepenuhnya dilakukan oleh pihak bank, karena saat ini banner hanya dipasang di depan kantor. Belum dipasang ditempat-tempat yang ramai. Sedangkan untuk brosur, diberikan kepada setiap nasabah yang datang ke kantor dan caloncalon nasabah yang didatangi pihak bank secara langsung.

Adapun *Promotion* atau promosi merupakan suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan dengan iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan ataupun dengan publisitas. Adapun realita yang

dilakukan oleh BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo kurang selaras dengan teori yang dijelaskan sehingganya informasi kemanfaatan produk pembiayaan yang di iklankan kurang tersampaikan pada semua calon nasabah.

4. *Place* (Penyaluran/Distribusi)

Mengacu pada penyaluran produk agar sampai ke pelanggan. Misalnya orang yang menjual langsung kepada pembeli atau ritel. Penyalur ini kadang-kadang disebut tempat jualan, mengacu pada saluran dimana suatu produk atau jasa dapat diperoleh konsumen.sebelum bank memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusinya. Letak BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo sudah strategis yakni terletak di dekat pasar atau pusat perbelanjaan sehingga keberadaan kantor mudah dilihat oleh nasabah dan calon nasabah, aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

Adapun *Place* atau tempat merupakan suatu letak atau tempat yang tetap dimana setiap orang bisa bertransaksi guna memenuhi kebutuhannya. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinganan untuk melakukan pembelian ataupun transaksi karena lokasinya yang terjangkau.

Dengan letak kantor BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo yang sudah sangat mendukung, hal ini tentu akan memudahkan konsumen atau nasabah yang akan membeli produk pembiayaan yang ditawarkan oleh

pihak bank. Kantor BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo juga lebih mudah ditempuh dari pusat perbelanjaan dikarenakan tempatnya tidak berada ditengah pasar sehingga memudahkan jalur keluar masuk kendaraan nasabah.

5. *People* (Orang)

People adalah unsur orang atau manusia yang melayani terutama dalam perusahaan yang menjual jasa. Dalam hal ini unsur pimpinan, yang mengambil keputusan, dan unsur karyawan yang melayani konsumen atau nasabah.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Ajad Sudrajad selaku marketing landing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabahnya yakni bersikap ramah dalam melayani nasabahnya dan dapat memberikan penjelasan serta pemahaman kepada nasabah atau calon nasabah, sehingga nasabah maupun calon nasabah nyaman menggunakan produk jasa yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani Kc. Jatmulyo.

Adapun *People*, merupakan semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan perusahaan. Hal ini tentu saja sejalan dengan realita yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo yakni setiap petugas selalu memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada nasabah supaya

nasabah merasa nyaman ketika sedang berada di lingkungan layanan perusahaan.

6. Physcal Evidance (Bukti Fisik)

Physical Evidence artinya bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan jasa berupa logo, simbol, dan fasilitas. Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan bahwasannya BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, mendesain kantor senyaman mungkin dengan dilengkapi fasilitas-fasilitas yang mendukung kenyamanan bagi nasabah. Pada bagian strategi pemasaran phyical evidence atau bukti fisik, fasilitas yang diberikan sudah baik dan mendukung kenyamanan bagi nasabah.

Adapun *Physical Evidence* merupakan bukti nyata yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen atau nasabah sebagai usulan nilai tambah. Pada BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo memiliki bukti nyata akan pelayanannya yang nyaman yaitu dengan adanya fasilitas yang mendukung seperti ruang tunggu dilengkapi dengan AC dan kursi yang disusum rapih dan lebar sehingga membuat nasabah yang mengantri dapat menunggu dengan nyaman. Selain itu pelayanan yang ramah dari para petugasnya sehingga hal ini akan membuat nilai tambah untuk menggunakan layanan di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo.

7. Process (Proses)

Process merupakan bagaimana proses dilakukan sampai jasa yang diminta oleh konsumen atau nasabah diterima secara memuaskan.

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan bahwasannya BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dalam proses khususnya operasional BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo ketika memberi layanan pembiayaan kepada nasabah, setiap produk pembiayaan memiliki batas waktu pencairan/outstanding nya masing-masing.

Pada pembiayaan murabahah dan musyarakah waktu pencairan dana berkisar 3 sampai 7 hari sedangkan produk pembiayaan ijarah multijasa dan gadai emas/Rahn berkisar 1 sampai 4 hari. Hal ini bertujuan agar pihak bank dapat menganalisa kemampuan nasabah secara akurat sehingga dana yang disalurkan dapat memberikan manfaat bagi nasabah. Namun hal ini menjadi kendala dikarenakan menurut nasabah batas waktu pencairan ini masih terbilang cukup lama dibandingkan BMT atau bank konvensional lainnya.

Bapak joko susilo selaku kepala cabang BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo mengemukakan bahwasannya standar operasional prosedur pengajuan pembiayaan yang terdapat di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo yaitu:

1) Pengajuan permohonan pembiayaan dari nasabah

Pada pengajuan permohonan pembiayaan nasabah diharuskan menunggu konfirmasi penerimaan pengajuan dari pihak bank sekurang-kurangnya 1 sampai 2 hari.

2) Seleksi administrasi

Seleksi administrasi nasabah pemohon pembiayaan akan dilakukan pihak bank selama kurang lebih 2 sampai 3 hari.

3) Anlisis kelayakan pembiayaan

Tahap analisis kelayakan pembiayaan akan dilakukan oleh marketing bank selama 3 sampai 4 hari.

4) Keputusan pemberian pembiayaan

Jika nasabah dinilai layak untuk diberi pembiayaan maka pimpinan akan memberikan keputusan pemberian pembiayaan sekurang kurangnya 1 sampai 2 hari.

5) Pemenuhan kelengkapan administrasi

Pihak bank akan memberikan waktu pada nasabah untuk melengkapi berkas administrasi selama 1 sampai 2 hari.

6) Pencairan dana pembiayaan

Akad pencairan dana akan dilakukan 1 hari oleh pihak bank dan juga nasabah.

Upaya ini telah dilakukan semaksimal mungkin dalam melayani nasabahnya sehingga dapat memuaskan nasabah. *Process* mempunyai dampak jangka panjang. Karena berkaitan dengan alur penjualan produk. Process yang baik akan berdampak pada citra suatu bank.

Maka dari itu penerapan strategi pemasaran yang optimal dapat dijadikan upaya dalam pencapaian target yang telah ditetapkan oleh pihak bank atau perusahaan. Target yang ditetap oleh setiap bank atau perusahaan merupakan pencapaian yang harus diperoleh setiap pegawai

atau karyawannya dalam rangka menjaga kelangsungan hidup dan profitabilitas perusahaan. Ketika target ini telah dicapai oleh setiap karyawan perusahaan maka dengan begitu asset perusahaan pun akan mengalami kenaikan dan dapat meningkatkan sumberdaya atau profitabilitas suatu bank atau perusahaan.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwasannya pembiayaan pada BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan, namun dari peningkatan ini pembiayaan yang dicairkan masih belum mencapai target yang memuaskan. Kerja keras dalam upaya mencapai target telah dilakukan oleh setiap *marketing landing* BPR Metro Madani Kc. Jatimulyo.

Strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo secara keseluruhan sudah baik dan sudah terarah mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dari komponen bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, place, promotion, people,physical evidence*,dan *process* sudah dilakukan semaksimal mungkin sehingga sasaran pada produk pembiayaan dapat tercapai.

Hanya saja perlu dioptimalkan kembali pada bagian *promotion* atau promosi salah satunya dengan media cetak seperti banner dipasang ditempat-tempat yang ramai dan untuk brosur diberikan kepada setiap nasabah baik yang datang kekantor ataupun yang ada dilingkungan sekitar kantor. Adapun data pembiayaan per-produk pada tahun 2017-2019 adalah sebagai berikut:

 ${\it Tabel~1.2}$ Data Pembiayaan Per-Produk BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo 28

No	Kategori Produk	TAHUN			
NO	Kategori Produk	2017 (Rp)	2018 (Rp)	2019 (Rp)	
1	Murabahah	4.520.156.500	4.631.024.000	4.680.300.000	
	Gadai				
2	Emas/Rahn	2.885.632.000	2.931.050.000	3.420.900.000	
3	Musyarakah	1.379.711.500	1.527.342.000	1.191.550.000	
4	Ijarah Multijasa	2.757.030.000	2.770.784.000	2.630.950.000	
	TOTAL	11.542.530.000	11.860.200.000	11.923.700.000	

Dari data Pembiayaan diatas, bahwasannya pembiayaan yang ada di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo cenderung mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Strategi pemasaran yang paling efektif dilakukan adalah strategi produk. Hal ini dikarenakan inovasi pengembangan produk yang dilakukan sangat berbeda dengan bank lainnya contohnya pembiayaan kepengurusan haji dan gadai emas (*rahn*). Dari kedua produk ini tentunya akan berpeluang untuk meraih profit yang maksimal.

 28 Dokumentasi data pembiayaan perproduk BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo

_

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pemasaran produk pembiayaan (*landing*) yang digunakan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dalam upaya mencapai target yaitu dengan menggunakan *marketing mix*/bauran pemasaran yang terdiri dari 7P (*product, price, place, promotion, people,physical evidence, process*) serta dengan memperhatikan segmentasi pasar supaya produk pembiayaan yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Strategi pemasaran produk pembiayaan yang dilakukan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo sudah baik, hal ini didasarkan atas terarahnya perencanaan, hingga pelaksanaanya sehingga sasaran pada produk pembiayaan dapat tercapai. Namun pada bagian unsur *promotion* (promosi) perlu dioptimalkan kembali. Hal ini bertujuan supaya informasi mengenai manfaat produk pembiayaan di BPRS dapat tersampaikan kepada setiap nasabah.

B. Saran

Strategi pemasaran produk pembiayaan yang diterapkan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo sudah baik, hanya saja perlu dioptimalkan kembali terutama pada promosi produk pembiayaannya agar dapat mencapai target yang memuasakan.

Perlunya meningkatkan sitem *website* (IT) dan pemasangan banner terutama ditempat yang ramai pengunjung. Hal Ini bertujuan agar

mempermudah nasabah ataupun calon nasabah untuk memperoleh informasi terkait produk pembiayaan yang ada di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo berikut manfaat dan keunggulan produk yang dimiliki.

Selain itu juga perlu adanya sosialisasi mengenai produk-produk syariah dan prinsip- prinsip syariah yang terdapat pada BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dengan mengundang beberapa perwakilan masyarakat dari berbagai kalangan untuk mengikuti sosialisasi tersebut supaya Target dari BPRS Metro Madani Kc. Jatmulyo dapat tercapai secara memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Sucipto. *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: UIN-Maliki Press, 2011.

Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi dan Teknik Menyusun Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.

Cholid Narbuko dan Abu Achmad. *Metodologi Pnelitian*. Jakarta:PT Bumi Aksara, 2007.

Deddy Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.

Donni Juni Priansa. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung:CV Pustaka Setia, 2017.

Heri Sudarsono. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah.*. Yogyakarta: EKONISIA, 2003.

Harman Malau, *Manajemen Pemasaran* Bandung, Cv Alfabeta, 2018 Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Ikatan Bankir Indonesia (IBI). *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016.

Irham Fahmi. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2011.

Juliansyah nor. *Metodologi Penelitian Skripsi tesis,Disertasi Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015.

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

Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.

Nana Sudjana. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah, Makalah-Skripsi-Tesis-Disertasi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2001.

Rany Kountor. Metode Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.

Sedarmayanti. Metodologi Penelitian. Bandung: Mandar Maju, 2002.

Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran Dasa, Konsep & Strategi,* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.

W.Gulo. Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Gramedia, 2001.

Ade Ikhwan Anshori. Strategi Pemasaran Produk pembiayaan Warung Mikro Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Cilandak. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negri Hidayatullah, 2014. Dipublikasikan

Eka Yuniarti, Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan *Market Share di BPRS Metro Madani*, Skripsi. Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018. Dipublikasikan

Irawati. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Dalam Pencapaian Target di PT Bank Muamalat Kcp SM.Raja Medan. Tugas Akhir. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2016. Dipublikasikan

Mahmud Fauzi. Efisiensi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) diprovinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*. Volume 4 No1 tahun 2018

LAMPIRAN

ALAT PENGUMPUL DATA (APD) STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET DI BPRS METRO MADANI KC. JATIMULYO

A. Wawncara (Interview)

Wawancara dengan Pimpinan Kepala Cabang di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo

- a. Bagaimana perkembangan di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo?
- b. Bagaimana Struktur Organisasi di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo?
- c. Apa saja kegiatan usaha di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo?
- d. Apa saja produk pembiayaan yang ada di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo?
- e. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo?
- f. Apa kendala yang dialami dalam melakukan strategi pemasaran?

2. Wawancara dengan AO (Account Officer) di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo.

- a. Bagaimana Strategi Pemasaran produk pembiayaan yang dilakukan
 BPRS Metro Madani Kc.Jatimulyo dalam upaya mencapai target?
- b. Apa saja upaya yang dilakukan marketing BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo dalam memasarkan produk pembiayaan untuk mencapai target?

- c. Strategi pemasaran manakah yang paling efektif dalam upaya mencapai target di BPRS Metro Madani Kc.Jatimulyo?
- d. Apakah dalam melakukan strategi pemasaran produk pembiayaan sudah optimal?
- e. Berapa target yang harus dicapai oleh setiap marketing?
- f. Apakah ada reward atau hadiah yang diberikan jika *marketing* dapat mencapai target?
- g. Apa sanksi yang diberikan kepada *marketing* jika tidak dapat mencapai target?

B. Dokumentasi

- 1. Profil BPRS Metro Madani Kantor K. Jatimulyo
- 2. Brosur Produk Pembiayaan di BPRS Metro Madani Kantor Pusat

Metro Mahasisa Ybs,

NPM. 1602100058

Pembimbing I

Or Subairi S Ag MH

NIP. 197403302 19990 1 001

Pembimbing II

NIP. 19740824 20000 2 002

OUTLINE SKRIPSI "STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET DI BPRS METRO MADANI KC. JATIMULYO"

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORINSINALITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pemasaran
 - 1. Pengertian Strategi Pemasaran
 - 2. Dasar Hukum Strategi Pemasaran
 - 3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)
 - 4. Segmentasi Pasar
- B. Strategi Pemasaran Bank Syariah
 - 1. Pengertian Strategi Pemasaran Bank Syariah
 - 2. Tujuan Pemasaran Bank

- C. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)
 - a. Pengertian BPRS
 - b. Tujuan BPRS
 - c. Produk-Produk BPRS

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum PT. BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo
 - 1. Sejarah Singkat Berdirinya BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo
 - 2. Visi dn Misi BPRS Metro Madani
 - 3. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo
 - 4. Job Description
- B. Produk-Produk Pembiayaan di BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo
- C. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan di BPRS Metro Madani

Kc. Jatimulyo dalam upaya mencapai target

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

Mahasisa Ybs,

Rial Roja Saputra NPM. 1602100058

Pembimbing I

Pembimbing II

<u>Liberty, S.E., M.A</u> NIP. 19740824 20000 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

Nomor

: 2809/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019

16 Oktober 2019

Lampiran

Perihal

: Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Dr. Suhairi, S.Ag., M.H.

2. Liberty, S.E., M.A.

di - Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama

Rial Roja Saputra

NPM

1602100058

Fakultas

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan

: S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)

Judul

Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Dalam Upaya Mencapai Target

Di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

Dengan ketentuan:

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

Pendahuluan ± 2/6 bagian.

± 3/6 bagian.

Penutup

± 1/6 bagian.

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

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

kil Dekan Bidang Akademik dan

elembagaan



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-mait*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor

: 2328/In.28/D.1/TL.00/08/2020

Lampiran : -

Kepada Yth.,

Kepala Cabang BPRS Metro Madani

Perihal

: IZIN RESEARCH

KC. Jatimulyo

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2326/In.28/D.1/TL.01/08/2020, tanggal 06 Agustus 2020 atas nama saudara:

Nama

: RIAL ROJA SAPUTRA

NPM

: 1602100058

Semester

: 8 (Delapan)

Jurusan

: S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET DI BPRS METRO MADANI KC. JATIMULYO".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 06 Agustus 2020

Wakil Dekan I,

11 199303 1 001



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: 2326/In.28/D.1/TL.01/08/2020

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

Nama

: RIAL ROJA SAPUTRA

NPM

: 1602100058

Semester

: 8 (Delapan)

Jurusan

: S1 Perbankan Syari`ah

Untuk:

- 1. Mengadakan observasi/survey di BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET DI BPRS METRO MADANI KC. JATIMULYO".
- 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 : 06 Agustus 2020

Mengetahui,

Pejabat Setempat RIAH

50111 199303 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO UNIT PERPUSTAKAAN

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA Nomor: P-920/ln.28/S/U.1/OT.01/11/2020

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

Nama

: RIAL ROJA SAPUTRA

NPM

: 1602100058

Fakultas / Jurusan

: Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602100058.

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, 23 November 2020 Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd ETRO NIP 195808311981031001 7



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; Websits: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:

Nama

: Rial Roja Saputra

NPM

: 1602100058

Jurusan

: S1 Perbankan Syariah

Judul

: Strategi Pemasaran pada Produk Pembiayaan dalam Upaya Mencapai

Target di BPRS Metro M adani KC Jatimulyo

Status

LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Skripsi" dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score 23%*.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 30 November 2020

Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah

Reonika Puspitasari, M.E.Sy

NIP. 19920221 201801 2 001



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111 (0726) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website. www.metrouniv.ac.idE-mail. jainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

:Rial Roja Saputra Nama

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS

:1602100058 NPM

Semester/Skripsi : 9 / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis,	V	All Aboute O Mato	À-
			- All autul	
			Rings la	

Dosen Pembimbing I,

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H NIP. 19 210011 99903 1 003

Mahasiswa Ybs.

Rial Roja Saputra



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, Faksimli (0725) 47296. Website. www.metrouniv.ac.idE-mail. lainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS Semester/Skripsi : 8 / 2020

Rial Roja Saputra 1602100058 NPM

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selan, 97/20	\checkmark	All Parts 14-	\$

Dosen Pembimbing I,

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H NIP. 197210011 99903 1 003

Mahasiswa Ybs,

Rial Roja Saputra NPM. 1602100058



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.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

:Rial Roja Saputra Nama

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS

NPM :1602100058

Semester/Skripsi: 8 / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Genn,	\checkmark	- Observas	
	19/20		Riber Formor	1
			- Sop it	-
				e V
			degn plus	
			BPR Calam	

Dosen Pembimbing I,

NIP. 197210011 99903 1 003

Mahasiswa Ybş,

Rial Roja Saputra NPM, 1602100058



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.idE-mail. iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Rial Roja Saputra

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS Semester/Skripsi : 8 / 2020

NPM 1602100058

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Varing 1 20/100		- Ween water Si Cotrop Tulapar SOP Felm muced Jila Art Si flow charry, Capath flow Avery	

Dosen Pembimbing I,

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H NIP/197210011 99903 1 003

Mahasiswa Ybs

Rial Roja Saputra NPM, 1602100058



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

:Rial Roja Saputra Nama

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS

NPM :1602100058 Semester/Skripsi: 8 / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Nobn,	V	- And se you Statente as	K (
	9		den menderel	A C
			poles lepon	
			Magazal back	

. }

Dosen Pembimbing I,

Dr. Suhairi, S.Ag., M.H NIP. 19 210011 99903 1 003

Mahasiswa Ybs,

Rial Roja Saputra NPM. 1602100058



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama :Rial Roja Saputra

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS

NPM

:1602100058

Semester/Skripsi: 8 / 2020		Semester/	Skripsi	11	8/	2020
----------------------------	--	-----------	---------	----	----	------

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
5	Jum'at 15/9-80		Secara lasshiruhan tilah di pentanlui sisuai onahan Saat Bimtingan. Bab 4-5 Acc Canjuthan la pentarmbirmbing 1. lunghapi lampiran	And the state of t

Dosen Pembimbing II,

Liberty, S.E., M.A

NIP. 19740824 20000 2 002

Mahasiswa Ybş,

Rial Roja Saputra



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.idE-mail. iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama :Rial Roja Saputra Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS Semester/Skripsi : 8 / 2020

:1602100058 NPM

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
4			Pennisan bahasa Cising honsisten du tiliti <arab bah="" cetah="" hams="" kenimpulan="" mggis="" mirin="" munjawab="" pada="" pentanyaan="" sebelumja<="" td="" telah=""><td></td></arab>	

Dosen Pembimbing II,

Liberty, S.E., M.A

NIP. 19740824 20000 2 002

Mahasiswa Ybs,

Rial Roja Saputra



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 R O Telp (0726) 41507, Faksimili (0725) 47296. Website: www.metrouniv.ac.idE-mail_iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama NPM

:Rial Roja Saputra

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS

Semester/Skripsi : 8 / 2020 :1602100058

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
3			Vini dan misi prusahaan gidak portu di lampirka kununa fidak ada brubungan dengan gudul pumbahasa Stuktur organisas din prus ygg di tulti juga gak prulu du turulhar satu prusah	

Dosen Pembimbing II,

Liberty, S.E., M.A

NIP. 19740824 20000 2 002

Mahasiswa Ybs,

Rial Roja Saputra



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama :Rial Roja Saputra NPM :1602100058 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS

Semester/Skripsi: 8 / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
2	Selasa 21/4-20	_	Bimbingan 4-5 Siyarah 41g bank 4idak putu Enlah Muhuas. lebih di lumcut kem lagi	Juft
			Produk bank fidak prohu di urankan femua	July

Dosen Pembimbing II,

Liberty, S.E., M.A

NIP. 19740824 20000 2 002

Mahasiswa Ybş

Rial Roja Saputra

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Account Officer



Brosur produk Pembiayaan BPRS Metro Madani Kc Jati Mulyo



RIWAYAT HIDUP

Rial Roja Saputra lahir pada tanggal 24 April 1998, anak pertama dari pasangan Bapak Jarwanto dan Ibu Rohilah. Pendidikan TK Penulis tempuh di TK CitraInsani Bumi

Dipasena dan selesai pada tahun 2004, Kemudian melanjutkan Sekolah Dasar di SDS CitraInsani Bumi Dipasena dan selesai pada tahun 2010, selanjutnya melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Purbolinggo dan selesai pada tahun 2013, sedangkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Purbolinggo dan selesai pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dimulai pada semester 1 TA. 2016/2017