

**TUGAS AKHIR**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
NASABAH TABUNGAN HAJI INDONESIA (THI) PADA BPRS  
METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT**

**Oleh :**

**ARIEF SETYA BUDI  
NPM.1602080026**



**Jurusan D-III Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

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

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
TABUNGAN HAJI INDONESIA (THI) PADA BPRS METRO MADANI  
KC. TULANG BAWANG BARAT**

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memeperoleh  
Gelar Ahli Madya Ekonomi Syari'ah (Amd.E.Sy)**

**Oleh :  
Arief Setya Budi  
NPM. 1602080026**

**Pembimbing I : Hermanita, SE., MM.**

**Program : D-III Perbankan Syari'ah  
Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam**

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



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**(IAIN) METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507  
Fax. (0725) 47296

**NOTA DINAS**

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di-

Tempat

***Assalamu'alaikum Wr. Wb***

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama : ARIEF SETYA BUDI  
NPM : 1602080026  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : D-III Perbankan Syariah  
Judul Tugas : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
Akhir : JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI INDONESIA  
(THI) PADA BPRS METRO MADANI KC TULANG  
BAWANG BARAT

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk Dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb***

Dosen Pembimbing I,

**Hermanita, SE., MM**  
NIP. 197302201999032001



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**(IAIN) METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507  
Fax. (0725) 47296

---

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Tugas Akhir : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI INDONESIA (THI) PADA BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT

Nama : ARIEF SETYA BUDI

NPM : 1602080026

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : D-III Perbankan Syariah

**MENYETUJUI**

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

Dosen Pembimbing I,

**Hermanita, SE., MM**  
NIP. 197302201999032001





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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alingmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metro.univ.ac.id E-mail: iainmetro@metro.univ.ac.id

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**  
**No: 0433/ Dn.28.3 / D / PP.00.5 / 01 / 2021**

Tugas Akhir yang berjudul: **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Indonesia (THI) Pada BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat**, disusun oleh **ARIEF SETYA BUDI, NPM. 1602080026**, Program : D-III Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: **Selasa /29 Desember 2020**

**TIM PENGUJI TUGAS AKHIR:**

Ketua : **Hermanita, SE.,MM**

Penguji I : **Drs. M. Saleh.,MA**

Penguji II : **Muhammad Hanafi Zuardi. S.H.I.,M.S.I**

Sekretaris : **Liana Dewi Susanti.,S.H.I,M.E.Sy**



Mengetahui,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Alhiya Nansiana, M.Hum**

19720923 200003 2 002

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI INDONESIA (THI) PADA BPRS METRO MADANI KC. TULANG BAWANG BARAT**

**OLEH**  
**ARIEF SETYA BUDI**  
**NPM: 1602080026**

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau bentuklainnyadalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan kejelasan mengenai bagaimana pemasaran tabungan haji di BPR Syariah Kc Tulang Bawang Barat selama ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam hal ini pemasaran produk yang efektif adalah pemasaran yang sesuai dengan prinsip operasional yang mengacu pada prinsip-prinsip syariah dengan media pemasaran yang efisien dan efektif dengan menekan serendah mungkin biaya pemasaran dan operasional untuk mendapatkan keuntungan yang optimal. Untuk itu pihak BPR Syariah harus menekankan kepada petugas pemasaran untuk bisa lebih giat dan fokus dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk meningkatkan penjualan produk tabungan haji.

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan, yaitu: Produk tabungan Haji dan Umrah adalah salah satu produk unggulan BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat, tingkat pertumbuhan nasabah produk tabungan Haji dan Umrah setelah keberhasilan strategi promosi produk Tabungan Haji di BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat adalah karena dibuatnya program Rezeki Haji Berkah. Keberhasilan pemasaran tersebut juga tak lepas dari pelatihan marketing yang diberikan oleh BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat kepada marketing-marketingnya. Adapun langkah yang merupakan strategi BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat dalam memasarkan Produk Tabungan Haji dan Umrah memiliki beberapa tahapan antara lain: Adanya strategi produk, BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat menciptakan branding Haji dan Umrah supaya mudah diingat. Serta menggunakan akad *Wadi'ah yad dhamanah* yaitu akad yang dimana si penerima titipan dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seizin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala si pemilik menghendakinya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Tabungan Haji

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arief Setya Budi

NPM : 1602080026

Jurusan : D-III Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Desember 2020

Yang menyatakan,



Arief Setya Budi  
NPM. 1602080026

## MOTTO

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ  
الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

*Artinya: Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barang siapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah Dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (Tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam (Ali Imron : 97)<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup>Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya: Aisyiah, 2008, h. 421.

## PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas terucap melaikan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan ilmu kepada penulis, Kupersembahkan Tugas Akhir ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasihku yang tulus kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku ketua IAIN (INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO).
2. Ibunda tercinta (Nur Hidayati) dan ayahanda tercinta (Muhamad Marhadi) yang dengan cinta, kasih-sayang dan do'a beliau aku selalu optimis untuk meraih kesuksesan yang gemilang dalam hidup ini.
3. Seluruh keluarga besar dan teman-teman seperjuanganku yang tidak dapat kusebutkan satu persatu.
4. Dosen-dosen IAIN Metro khususnya D3 Perbankan Syariah
5. Almamater IAIN (INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO) khususnya jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi D-III Perbankan Syariah.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Atas berkat, rahmat-Nya, yang telah memberikan hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Indonesia (THI) Pada BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat”**

Melalui kata pengantar ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah Swt memberkahi sehingga dapat memberikan manfaat bagi kita. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku ketua IAIN INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO.
2. Ibu Siti Zulaikha, S. Ag., MH., selaku ketua jurusan syari'ah dan Ekonomi Islam.
3. Ibu Zumaroh M.A.Sy selaku Ketua Program D-III Perbankan Syari'ah ketua IAIN Institut Agama Islam Negeri Metro.
4. Ibu Hermanita, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing pembuatan tugas akhir, yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran agar penulis dapat mempersembahkan tugas akhir yang baik dan benar.
5. Seluruh dosen pengajar di Program D-III Perbankan Syariah Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam, IAIN Institut Agama Islam Negeri Metro.

6. Seluruh staff dan karyawan BPRS Metro Madani KC.Tulang Bawang Barat yang telah memberikan bantuan dan pengarahan dalam pembuatan tugas akhir ini.
7. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dengan segala upaya penulis mencurahkan dalam penulisan tugas akhir ini, namun tak ada gading yang tak retak, saran dan kritik dari semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penelitian ini. Untuk semua itu penulis tidak dapat membalas jasa dan memberi penghargaan sebagaimana mestinya selain memohon kehadiran Allah SWT semoga amal dan jasa yang penulis terima dari mereka diterima oleh Allah SWT sebagai amal saleh disisi-Nya

Akhirnya hanya kepada Allah penulis kembalikan segalanya dan semoga Allah SWT meridhai segala kegiatan kita semua. Amin.

Metro,

2020

Penulis,



**Arief Setya Budi**  
**NPM. 1602080026**



## DAFTAR ISI

|                                                 | Halaman |
|-------------------------------------------------|---------|
| HALAMAN SAMPUL.....                             | i       |
| HALAMAN JUDUL.....                              | ii      |
| HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....            | iii     |
| HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....             | iv      |
| ABSTRAK.....                                    | v       |
| HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN.....            | vi      |
| HALAMAN MOTTO.....                              | vii     |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....                        | viii    |
| KATA PENGANTAR.....                             | ix      |
| DAFTAR ISI.....                                 | x       |
| DAFTAR GAMBAR.....                              | xii     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                            | xiii    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                        |         |
| A. Latar Belakang Masalah.....                  | 1       |
| B. Rumusan Masalah.....                         | 9       |
| C. Tujuan dan Manfaat.....                      | 9       |
| 1. Tujuan Penelitian.....                       | 9       |
| 2. Manfaat Penelitian.....                      | 10      |
| D. Metodologi Penelitian.....                   | 11      |
| E. Kajian Relevan.....                          | 14      |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>                    |         |
| A. Pengertian Strategi.....                     | 15      |
| B. Pengertian Pemasaran.....                    | 15      |
| C. Strategi Pemasaran.....                      | 16      |
| D. Konsep Pemasaran.....                        | 22      |
| 1. Konsep Produksi.....                         | 22      |
| 2. Konsep Produk.....                           | 23      |
| 3. Konsep Penjualan.....                        | 23      |
| 4. Konsep Pemasaran.....                        | 24      |
| 5. Konsep Pemasaran Sosial.....                 | 25      |
| E. POAC Dalam Manajemen Pemasaran.....          | 26      |
| F. Haji.....                                    | 28      |
| <b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>  |         |
| A. Gambaran Umum BPRS Metro Madani.....         | 32      |
| 1. Sejarah Berdirinya BPRS Metro Madani.....    | 32      |
| 2. Visi, Misi dan Tujuan BPRS Metro Madani..... | 33      |

|                                                                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| B. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani .....                                                               | 34 |
| C. Produk Penghimpunan Dana .....                                                                            | 39 |
| 1. Tabungan Haji Indonesia .....                                                                             | 39 |
| 2. Tabungan Umrah BPRS Metro Madani .....                                                                    | 44 |
| 3. <i>Deposito Mudharabah</i> .....                                                                          | 44 |
| 4. Pembiayaan Modal Kerja .....                                                                              | 45 |
| D. Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Haji Indonesia di<br>BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat ..... | 45 |
| 1. Strategi produk .....                                                                                     | 47 |
| 2. Strategi harga .....                                                                                      | 48 |
| 3. Strategi tempat/distribusi .....                                                                          | 49 |
| 4. Strategi promosi .....                                                                                    | 49 |
| <br><b>BAB IV PENUTUP</b> .....                                                                              |    |
| A. Kesimpulan .....                                                                                          | 51 |
| B. Saran .....                                                                                               | 52 |
| C. Penutup .....                                                                                             | 52 |

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR GAMBAR

| Gambar                                        | Halaman |
|-----------------------------------------------|---------|
| 1. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani..... | 35      |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keputusan Bimbingan Tugas Akhir
2. Formulir Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir
3. Surat Persetujuan Pengajuan Judul Tugas Akhir
4. Surat Keterangan Bebas Pustaka
5. Sertifikat PPL
6. Daftar Riwayat Hidup

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank adalah sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dana dari masyarakat yang disimpan dalam bentuk rekening giro, deposito, dan tabungan simpanan yang dipercaya oleh masyarakat kepada Bank tersebut kemudian disalurkan oleh Bank dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Berdasarkan ketentuan pasal 3 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah (selanjutnya disebut UU Perbankan Syariah). Tujuan penyaluran dana oleh perbankan syariah adalah menunjang pelaksanaan pembangunan, meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.<sup>1</sup>

Sebagaimana kita ketahui, perbankan syariah adalah salah satu unsur dari sistem keuangan syariah. Kesemarakkan perkembangan perbankan syariah Nasional juga diikuti dengan lembaga-lembaga keuangan syariah dan kegiatan ekonomi yang diidentifikasi sesuai dengan sistem syariah.

Bank sebagai lembaga keuangan perlu mengkomunikasikan setiap produk yang mereka tawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan memiliki minat membeli manfaat dari produk yang di tawarkan sesuai dengan kebutuhannya dan keinginannya. Banyak bank menawarkan produknya, baik

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h. 1

produk baru atau suatu pengembangan dari produk lama. Diantara mereka ada yang gagal dan tidak sukses dalam merebut kepuasan konsumen.<sup>2</sup>

Tabungan Haji Indonesia dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah Metro Madani merupakan produk tabungan yang dikhususkan untuk memenuhi Biaya Perjalanan Ibadah Haji yang dikelola secara aman dan bersih sesuai syariah dengan akad mudharabah muthlaqah. Tabungan Haji Indonesia telah tergabung dalam layanan online SISKOHAT (Sistem Koordinasi Haji Terpadu) yang memungkinkan jamaah haji memperoleh kepastian porsi dari Kementerian Agama pada saat jumlah tabungan telah memenuhi persyaratan.<sup>3</sup>

Sebagaimana ditetapkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Bab I Pasal 1 menyebutkan bahwa Ibadah Haji adalah rukun Islam kelima yang merupakan kewajiban sekali seumur hidup bagi setiap orang Islam yang mampu menunaikannya. Untuk itu diperlukannya dana yang cukup dan aman untuk menunaikan salah satu rukun Islam tersebut. sekarang banyak perusahaan-perusahaan yang membuka biro perjalanan haji, baik ONH atau ONH plus. Begitu juga dengan perbankan syariah.

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta menjalankan kegiatan usahanya baik penghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil peredaran uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Nurhidayati, M.H, *Hukum Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: idea press Yogyakarta, 2015), h. 97

<sup>3</sup> Nurhidayati, M.H, h. 122

<sup>4</sup> Totok Budisantoso. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, ( Jakarta: Salemba Empat, 2014) h. 34

Bank merupakan pengaruh besar untuk mengerakan perekonomian suatu negara. Karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangat vital, misalnya dalam menciptakan uang, menyediakan uang, mengedarkan uang, untuk menunjang kegiatan usaha, tepat mengamankan uang, dan tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta menjalankan kegiatan usahanya baik penghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil peredaran uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.<sup>5</sup>

Fungsi bank syariah itu sendiri yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah. Fungsi tersebut dapat dilakukan dengan berbagai akad, baik berdasarkan akad *wadiah*, *murabahah*, *musyarakah*, *qardh*, dan lain sebagainya. *Wadi'ah* atau dikenal dengan nama titipan atau simpanan, merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikain kapan saja bila si penitip menghendaki. Dalam perbankan syariah, *wadi'ah* adalah perjanjian antara pemilik barang dengan pihak yang akan menyimpan barang dengan tujuan menjaga keselamatan barang itu dari kehilangan, kemusnahan, kecurian dan sebagainya.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Kasmir, h. 11

<sup>6</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Praktek ke Teori*. Jakarta. Universitas Terbuka. 2013. h. 215

Perkembangan ekonomi syariah di masa sekarang ini dapat kita lihat begitu pesat, baik itu perkembangan di dalam negeri maupun di luar negeri. Di Indonesia khususnya perkembangan tersebut dapat kita jumpai dengan adanya bank-bank yang menggunakan prinsip syariah. Saat ini industri jasa keuangan tengah mengalami transformasi yang sangat cepat dan dramatis. Dalam lingkungan pemasaran yang seperti ini, pemasaran efektif yang memiliki peranan sangat penting dalam menentukan apakah organisasi perusahaan akan bertahan, tumbuh, dan berkembang kokoh atau justru menurun dan gagal dalam mempertahankan daya saing organisasi perusahaannya.

Saat ini industri jasa keuangan tengah mengalami transformasi yang sangat cepat dan dramatis. Dalam lingkungan pemasaran yang seperti ini, pemasaran efektif yang memiliki peranan sangat penting dalam menentukan apakah organisasi perusahaan akan bertahan, tumbuh, dan berkembang kokoh atau justru menurun dan gagal dalam mempertahankan daya saing organisasi perusahaannya.

Persaingan antar bank semakin ketat ditandai dengan berdirinya bank-bank syariah dengan sistem pemasaran produk yang beragam. Salah satunya yaitu produk Tabungan Haji yang ditawarkan oleh bank-bank syariah, dengan keunggulan yang berbeda. Inilah yang menjadi tantangan bagi penulis untuk mengetahui strategi yang sesuai dengan ketatnya persaingan di dunia perbankan.

Berdasarkan prasurvei yang peneliti lakukan, salah satu bank Syari'ah yang mengutamakan pemasarannya yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani yang merupakan pelopor bank syariah pertama di Lampung menawarkan produk Tabungan Haji yang diberi nama Tabungan Haji Indonesia.



Tabungan Haji Indonesia adalah tabungan yang menggunakan prinsip mudharabah yaitu simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji atau pada saat tertentu sesuai dengan yang diperjanjikan. Simpanan ini menerapkan titipan dan imbalan dengan sistem bagi hasil mudharabah. Karena adanya persaingan antar bank saat ini, maka Bank Indonesia yang memiliki produk Tabungan Haji dituntut untuk melakukan proses pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Indonesia. Pemasaran yang dijalankan harus menerapkan suatu strategi yang tepat dalam rangka menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Dalam upaya peningkatan jumlah nasabah Tabungan Haji, *Marketing Funding Bank* Perkreditan Rakyat Syariah Metro Madani melaksanakan beberapa strategi pemasaran, antara lain: pemasaran berbasis hubungan, kunjungan wiraniaga, penyebaran brosur, dan edukasi.<sup>7</sup>

Dunia pemasaran sering pula diidentikkan dengan dunia yang penuh janji manis namun belum tentu terbukti apakah produknya sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Inilah yang harus dibuktikan dalam suatu manajemen pemasaran syariah baik pada penjualan produk barang atau jasa, bahwa pemasaran syariah bukanlah dunia yang penuh tipu menipu. Sebab pemasaran syariah merupakan tingkatan paling tinggi dalam pemasaran, yaitu spiritual marketing, dimana etika, nilai-nilai dan norma dijunjung tinggi.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang

---

<sup>7</sup> Kamino, Direksi. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani, hasil wawancara pada tanggal 13 Januari 2019

kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu pemasaran. Dalam islam, pemasaran adalah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan. Konsep pemasaran menurut islam yaitu :

1. Perusahaan harus dapat menjamin produknya yaitu mutu bahan, mutu pengelolaan, dan mutu penyajian
2. Proses produksinya harus benar dan dilandasi pengetahuan yang cukup mengenai produknya
3. Penjelasan mengenai sasaran dari produk yang dimiliki oleh perusahaan

Dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji Indonesia strategi pemasaran yang baik terdapat empat konsep pemasaran yang biasa digunakan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani. Keempat konsep tersebut antara lain :

a) *Product* (produk)

Berkenaan dengan penetapan produk yang secara potensial dinilai oleh pasar sasaran atas kualitasnya, yakni paduan manfaat dan kepuasan yang ditimbulkan, atribut produk yang dibawanya, juga perluasan produk.

b) *Price* (harga)

Keputusan ini memasukkan faktor biaya, persaingan, dan permintaan. Penetapan harga seyogyanya dilakukan setelah perusahaan memonitor harga yang ditetapkan pesaing agar harga yang ditentukan kompetitif, tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

c) *Distribution* (saluran distribusi)

Perusahaan memutuskan pilihan jaringan distribusi yang dipandang efektif dan efisien untuk menghubungkan produsen dengan konsumen tanpa harus mendholimi pesang lain. Apakah pola distribusi langsung produsen-konsumen atau pola produsen-agen-distributor –pengecer-konsumen.

d) *Promotion* (promosi)

Promosi lebih luas dari sekedar iklan, keputusannya dapat berupa salah satu atau kombinasi dari penggunaan keempat elemen berikut : promosi penjualan, iklan, pblisitas, dan penjualan personal.<sup>8</sup>

Sebagai gambaran tentang nasabah Tabungan Haji Indonesia pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani tahun 2018 seperti ditunjukkan pada tabel 1 sebagai berikut :

**Tabel 1. Daftar Nasabah Tabungan Haji Indonesia pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Tahun 2018**

| No | Nama              | Jenis Kelamin | Agama |
|----|-------------------|---------------|-------|
| 1  | ARIF GUNAWAN      | LK            | Islam |
| 2  | ADELIA DEWANTI    | PR            | Islam |
| 3  | ANGGITA           | PR            | Islam |
| 4  | ANISA OKTALIA     | PR            | Islam |
| 5  | BHERTI OKTA SHARY | PR            | Islam |
| 6  | CAHAYA NOVITA     | PR            | Islam |
| 7  | DANDI ADAMA       | LK            | Islam |
| 8  | DONI ARFAN        | LK            | Islam |
| 9  | DONI SETIAWAN     | LK            | Islam |

<sup>8</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 5

|    |                          |    |       |
|----|--------------------------|----|-------|
| 10 | FINGKI SANDIKA           | LK | Islam |
| 11 | GEOFANNY ANDRE           | LK | Islam |
| 12 | HARITS NAUFAL            | LK | Islam |
| 13 | LESTARI                  | PR | Islam |
| 14 | NADI HARIYANTO           | LK | Islam |
| 15 | NHICHOLAS GIAS<br>MARZAI | LK | Islam |
| 16 | NUR AZIZAH HUSIN         | PR | Islam |
| 17 | PAWIRA SANJAYA           | LK | Islam |
| 18 | PENI IRAWAN              | LK | Islam |
| 19 | RADJA MANDALA            | LK | Islam |
| 20 | RENDI                    | LK | Islam |
| 21 | RENDI GUSTIAWAN          | LK | Islam |
| 22 | RISKA                    | PR | Islam |
| 23 | RISMA YANTI              | PR | Islam |
| 24 | NIA ROLISA               | PR | Islam |
| 25 | RUSMAN                   | LK | Islam |

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih dalam terkait dengan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji Indonesia pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani dan sekaligus alasan penulis untuk memilih judul: **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Indonesia (THI) Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat.**

## B. Rumusan Masalah

Menurut Suharsimi Arikunto, masalah adalah “segala bentuk pertanyaan yang perlu di cari jawabannya atau segala hambatan dan kesulitan yang perlu disingkirkan.”<sup>9</sup> Berorientasi dari permasalahan yang ada dalam latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kurangnya pelaksanaan faktor-faktor promosi dan kualitas pelayanan yang menyebabkan menurunnya jumlah nasabah Tabungan Haji Indonesia (THI) di BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat?
2. Belum maksimalnya pelaksanaan Strategi Pemasaran produk, harga, distribusi, dan promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Indonesia (THI) yang diterapkan oleh BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat?

## C. Tujuan Dan Manfaat

### 1. Tujuan penelitian

Penelitian bertujuan menemukan atau menggali (*explore*), mengembangkan (*develop* atau *extension*) dan menguji (*testing*) teori.<sup>10</sup> Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah : Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Indonesia (THI) yang diterapkan oleh BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat.

---

<sup>9</sup> Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. PT. Rineka Cipta. 2010. h. 55

<sup>10</sup> Suraya Murcitaningrum, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandar Lampung: Ta'lim Press, 2017), h. 20

## **2. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat teoritis**

Memberi wawasan tambahan sebagai perwujudan dari ilmu yang didapat dengan menggabungkan teori dibangku kuliah dan diwujudkan dengan permasalahan yang ada pada BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat.

### **b. Manfaat praktis**

#### **1). Bagi Penulis**

Penelitian ini dilakukan untuk mengaplikasikan, mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran dan perbankan dan keterampilan yang telah diperoleh.

#### **2). Bagi Akademisi**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu rujukan bagi peneliti-peneliti lain dan memberikan informasi dan tambahan referensi dalam hal penentuan strategi pemasaran khususnya dalam bidang jasa keuangan yaitu perbankan.

#### **3). Bagi Bank**

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan pemikiran bagi BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat guna meningkatkan strategi pemasaran produk terutama Tabungan Haji Indonesia (THI).

## D. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah sekumpulan teknik atau cara yang digunakan dalam penelitian yang meliputi proses perencanaan dan pelaporan hasil penelitian.

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>11</sup> Jadi penelitian ini adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya.<sup>12</sup>

### 2. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data yang digunakan pada kali ini ada dua macam yaitu :

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>13</sup> Data primer juga disebut dengan data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.<sup>14</sup> Data primer juga disebut dengan data yang diperoleh peneliti dari Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara langsung dengan pihak BPRS cabang

---

<sup>11</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet.21 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), hlm 4

<sup>12</sup> Lexy J. Moleong, *Op-Cit*, hlm 248

<sup>13</sup> Saifudin Azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 91

<sup>14</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), hlm.103

Tulang Bawang Barat yang dilakukan dengan Bapak Arif Romansyah selaku *Marketing*, Ibu Dewi Iestari selaku *Account Officer* (AO).

b. Data sekunder

Data Sekunder adalah data yang mendukung data primer dan dapat diperoleh dari luar objek penelitian.<sup>15</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah segala data yang tidak berasal dari sumber data primer yang dapat memberikan dan melengkapi serta mendukung informasi terkait dengan objek penelitian baik yang berbentuk buku, karya tulis, dan tulisan maupun artikel yang berhubungan dengan objek penelitian.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini juga termasuk penelitian lapangan (*field research*), yakni penelitian yang langsung dilakukan atau pada responden, oleh karenanya untuk memperoleh data dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode penelitian, yaitu sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.<sup>16</sup> Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui pengamatan secara langsung selama magang di BPRS Cabang Tulang Bawang Barat

<sup>15</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid I*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 11

<sup>16</sup> Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial, Ed. 2, Cet. 3*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 52.



b. Wawancara (*interview*)

Yaitu percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan terwawancara.<sup>17</sup> Dalam wawancara ini dilakukandengan Bapak Arif Romansyah selaku *Marketing*, Ibu dewi lestari selaku *Account Officer* (AO).

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Metode dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan kegiatan dari BPRS Cabang Tulang Bawang Barat. Dokumentasi yang sudah dikumpulkan meliputi brosur produk-produk.

4. Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapatdikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif, dimana peneliti menggambarkan tentang kondisi dan situasi di BPRS Cabang Tulang Bawang Barat. Sedangkan teknik analisis data deskriptif yaitu suatu analisis

---

<sup>17</sup> Lexy J. Moleong, *Op-Cit*, hlm 186

yang bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya.<sup>18</sup>

Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik dari hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi selama mengadakan penelitian di BPRS Cabang Tulang Bawang Barat.

#### E. Kajian Relevan

Berkaitan dengan topik kajian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan kajian yang relevan sebagai pembanding sebagai berikut:

1. Endah Susetyo Indriyati (2017) Dengan Judul “Analisis Pengaruh kebijakan promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada BRI Syariah KC Medan.” Dari Hasil Analisis Mengenai kebijakan promosi yang dilakukan oleh BRISyariah KC Medan menunjukkan bahwa kebijakan promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan haji pada BRISyariah KC Medan.
2. Bambang Maryadi (2015) Dengan Judul “Peran *Marketing* Terhadap Profitabilitas pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Zainal Abidin Pagar Alam Bandar Lampung”. Sedangkan hasilnya bahwa peran *marketing* terhadap profitabilitas pada Bank Muamalat, Tbk KCP Z.A Pagar Alam Bandar Lampung dapat dilihat melalui kinerja, tugas dan hasil tugasnya (SOP).

---

<sup>18</sup> Muhammad Ali, *Strategi Penelitian Pendidikan, Cet. 10*, (Bandung: Angkasa, 2013), hlm. 161

## **BAB II** **LANDASAN TEORI**

### **A. Pengertian Strategi**

Strategi berasal dari kata Yunani strategia (stratos: militer, agia : memimpin), dalam dunia bisnis : sun tzu. Menurut Mill & Kahli, strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan pesaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar saluran tersebut.<sup>1</sup>

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.

### **B. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Menurut Philip K., Pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Philip. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. ed. II. Jakarta : PT. Tema Baru, 2011. h. 124

<sup>2</sup> Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Edisi 8, jilid 6. Jakarta. Erlangga. 2007. hal 30

Menurut William pemasaran ada 2 pengertian.

1. Dalam arti kemasyarakatan Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dari jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.
2. Dalam arti bisnis Pemasaran adalah termasuk salah satu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi sedangkan nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu.<sup>3</sup>

### C. Strategi Pemasaran

Apabila masyarakat berbicara mengenai pemasaran maka yang dimaksud adalah permintaan atau pembelian dan harga. Apabila seorang tenaga penjual atau manajer penjualan berbicara mengenai pemasaran sebenarnya yang dibicarakan adalah penjualan. Stanton mendefinisikan strategi sebagai rencana komperenshif untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu pemasaran.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Edisi 8, jilid 6. hal 39

<sup>4</sup> Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Edisi 8, jilid 6. hal 56

Menurut Kotler, strategi sebagai rencana komperenshif untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.<sup>5</sup> Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu pemasaran.

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai startegi pemasaran di atas, strategi pemasaran adalah rencana yang telah ditetapkan berdasarkan hasil penelitian atau pengamatan terhadap risiko-risiko yang mungkin terjadi dalam proses pemasaran

Untuk membangun sebuah pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variabel-variabel bauran pemasaran yang merupakan cerminan cara untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan demi mendapatkan laba. Bauran pemasaran yang terdiri atas :

a) *Product* (produk)

Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pengertian produk menurut Philip kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dari pengertian ini dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik berupa barang

---

<sup>5</sup> Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran (terjemahan).Edisi Millenium, Jilid 3*. Jakarta. PT. Prenhallindo. 2012. h. 256

maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan dan dibeli konsumen.<sup>6</sup>

Berkenaan dengan penetapan produk yang secara potensial dinilai oleh pasar sasaran atas kualitasnya, yakni paduan manfaat dan kepuasan yang ditimbulkan, atribut produk yang dibawanya, juga perluasan produk.<sup>7</sup> Untuk jasa finansial, definisi produk jasa finansial tidak sejelas definisi produk berwujud karena produk jasa berhubungan dengan kombinasi harga, keuntungan (baik manfaat utama maupun manfaat tambahan), teknologi distribusi, sistem pendukung, dan karyawan. Jadi, produk jasa sangat terkait dengan berbagai komponen bauran pemasaran lainnya.

Menurut Alma, mendefinisikan produk sebagai berikut:

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, pemikiran atau ide.<sup>8</sup>

Berdasarkan teori tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan ciri paling bermutu, dan inovatif atau produk merupakan wahana yang mampu memberikan kepuasan, dimana perusahaan dapat membuat produknya lebih menonjol dari produk saingan dan membuatnya lebih menarik bagi pembeli. Hal ini dapat melibatkan adanya

<sup>6</sup> Kasmir, *kewirausahaan*, jakarta: PT Raja Grafindo. 2006, h 174

<sup>7</sup> Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*. Edisi Millenium, Jilid 3. h 197

<sup>8</sup> Alma, H. Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembilan. Bandung. Alfabeta. 2011. h. 372

perubahan penting pada produk itu sendiri atau perubahan-perubahan pada kemasan, harga, kualitas, ukuran bentuknya, warnanya, variasinya dan lain-lain.

Dalam mengembangkan produknya BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat melakukan beberapa hal yaitu: BPR Syariah menciptakan branding seperti Indonesia dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a. Mudah diingat, BPR Syariah memberi nama produknya singkat dan jelas agar nasabah mudah mengingat nama produk-produk tersebut.
- b. Terkesan modern, BPR Syariah dalam menciptakan merek dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam hal penamaan produk.
- c. Memiliki arti (dalam arti positif), BPR Syariah menciptakan merek memiliki arti yang bermanfaat bagi nasabahnya.

b) *Price* (harga)

Penetapan harga ini efektif diterapkan dalam situasi ketika jasa adalah standar dengan para penyedia jasa lainnya dan pasar oligopoli dengan sedikit penyedia jasa yang besar. Penetapan *demand based pricing*, penetapannya konsisten dengan persepsi pelanggan mengenai nilai. Keputusan ini memasukkan faktor biaya, persaingan, dan permintaan. Penetapan harga seyogyanya dilakukan setelah perusahaan memonitor harga yang ditetapkan pesaing agar harga yang ditentukan kompetitif, tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Ada sejumlah cara yang dapat dilakukan untuk menentukan harga yang tepat. Strategi harga *cost-plus* (biaya tambahan) yakni harga dihitung dari biaya tambahan margin keuntungan yang diinginkan.

Strategi harga *mark-up* (penambahan) dimana harga dihitung sebagai suatu persentase dari harga jual. Strategi harga *break even* (titik impas) harga dihitung dengan menentukan tingkat penjualan yang diperlukan untuk menutup seluruh biaya tetap dan variabel. Selain itu, ada strategi harga *going rate* (tingkat harga berjalan) berarti harga ditetapkan sama dengan harga produk pesaing. Strategi yang dapat dilakukan oleh penyedia jasa dalam penetapan harga yaitu *cost based pricing* (harga jasa berdasarkan biaya), *competition based pricing* (harga berdasarkan persaingan), dan *demand based pricing* (harga berdasarkan permintaan).<sup>9</sup>

#### c. Distribusi (*Place*)

Perusahaan memutuskan pilihan jaringan distribusi yang dipandang efektif dan efisien untuk menghubungkan produsen dengan konsumen tanpa harus mendholimi pesang lain. Apakah pola distribusi langsung produsen-konsumen atau pola produsen-agen-distributor –pengecer-konsumen. Dapat juga kombinasi dan modifikasi diantara dua pola umum tersebut. Kemajuan teknologi berdampak positif terhadap saluran distribusi jasa finansial, penerapan teknologi adalah salah satu upaya untuk memangkas biaya, tetapi bank ini memakai teknologi sebagai salah satu *competitive weapon* (senjata persaingan) untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. *Internet banking* dan *SMS banking*, produk finansial yang diluncurkan sebagai *competitive weapon* guna meraih dan mempertahankan pelanggan.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Philip. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. ed. II. h. 133

<sup>10</sup> Usmara Budianingsih. *Marketing Mix*. Jilid I. PT. Grafindo Jakarta. 2017. h. 299



#### d. Promosi (*Promotion*)

Promosi lebih luas dari sekedar iklan, keputusannya dapat berupa salah satu atau kombinasi dari penggunaan empat elemen berikut : promosi penjualan, iklan, publisitas, dan penjualan personal. Strategi yang dapat dilakukan oleh penyedia untuk mengatasi masalah ketidakberwujudan jasa sebagai berikut :

- 1) Gunakan narasi untuk melukiskan pengalaman jasa
- 2) Gunakan aspek keberwujudan untuk lebih menjelaskan dari aspek ketidakberwujudan
- 3) Tampilkan karyawan dalam periklanan
- 4) Gunakan *buzz marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut) atau yang biasa disebut dengan *viral marketing* yang melibatkan konsumen yang setia menyebarkan informasi positif kepada konsumen lain
- 5) Gunakan media sosial seperti facebook, youtube dan twitter untuk menjangkau konsumen, terutama konsumen dan pelanggan potensial yang berusia muda.
- 6) Gunakan testimoni yang menayangkan pelanggan yang puas.<sup>11</sup>

Ada beberapa macam sarana promosi yang digunakan BPR Syariah dalam mempromosikan produknya:

- a. Periklanan memasang spanduk di jalan, tempat, atau lokasi yang strategis, dan mencetak brosur untuk disebarkan di setiap cabang dan diberikan pada calon nasabah.

---

<sup>11</sup> Kotler, Philip. *Promotion Mix*. Jakarta : PT. Tema Baru. 2013. h. 90

e. *People* (Manusia/SDM)

*People* merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi bisnis yang membutuhkan sumber daya dengan performance tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan pengetahuan yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik diluar. Oleh karena itu, BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat melakukan pelatihan di setiap penerimaan karyawan baru supaya mendapatkan karyawan yang memiliki pengetahuan yang sangat baik.

f. *Process*

Mutu layanan jasa sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan, seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompetisi, berkomitmen dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

g. *Physical Evidence*

*Building* merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk *lighting system*, dan tata ruang yang

- b. Publisitas untuk memancing calon nasabah melalui kegiatan sponsor dalam kegiatan bakti sosial.

#### **D. Konsep Pemasaran**

Konsep pemasaran merupakan sebuah falsafah bisnis yang berhadapan dengan tiga macam orientasi bisnis seperti yang telah dikemukakan, konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan keorganisasian berupa keharusan agar perusahaan yang bersangkutan menjadi lebih efektif, dibandingkan dengan pihak pesaingnya dalam hal menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai untuk para pelanggan pada dasar sasaran yang telah dipilih.

Kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep pemasaran dimana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini muncul dari satu periode ke periode lainnya akibatnya perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga berkaitan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan. Ada lima konsep dalam pemasaran dimana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan.<sup>12</sup>

Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut.

##### **1. Konsep Produksi**

Konsep produksi merupakan salah satu di antara konsep tertua dalam bisnis. Konsep produksi menyatakan bahwa para konsumen akan

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, hal 374

menyukai produk-produk yang tersedia dimana-mana dan yang harganya murah.

Para manajer bisnis yang berorientasi pada produk memusatkan perhatian mereka pada upaya mencapai efisiensi produk tinggi, biaya rendah dan distribusi massa. Mereka mengasumsi bahwa para konsumen terutama menginginkan ketersediaan produk dengan harga-harga yang rendah.<sup>13</sup>

## 2. Konsep Produk

Konsep produk menyatakan bahwa para konsumen, akan menyukai dan memilih produk-produk yang memberikan kualitas, kinerja dan sifat-sifat inovatif terbaik. Para manajer organisasi-organisasi demikian memusatkan perhatian mereka pada upaya membuat produk-produk superior, dan dengan berlangsungnya waktu produk-produk tersebut menerus diperbaiki.

Mereka mengasumsi bahwa para pembeli mendambakan produk-produk yang diproduksi dengan baik, dan mereka sangat menilai tinggi kualitas serta kinerja. Perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada produk seringkali mendesain produk-produk mereka dengan sedikit sekali. Atau input dari para pelanggan.

## 3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan menyatakan bahwa para konsumen dan perusahaan-perusahaan apabila dibiarkan mengikuti pilihan mereka sendiri,

---

<sup>13</sup> J. Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal

normal tidak akan membeli produk-produk organisasi-organisasi dalam jumlah cukup. Maka oleh karenanya organisasi-organisasi perlu melaksanakan penjualan secara agresif di samping upaya-upaya promosi.

Konsep tersebut mengasumsi bahwa para konsumen secara tipikal menunjukkan inersia atau resistensi, dan mereka perlu dirangsang atau didorong unruk melaksanakan pembelian-pembelian. Konsep penjualan dipraktekkan secara amat agresif terhadap barang-barang yang tidak dicari orang yakni barang-barang yang normal tidak dipertibangkan pembeli untuk membeli seperti asuransi, lahan-lahan perkebunan. Konsep ini juga diterapkan dalam bidang non laba oleh pihak yang menumpulkan dana, kantor-kantor administrasi mahasiswa dan partai-partai politik.

Kebanyakan perusahaan menerapkan konsep penjualan, apabila mereka mengalami kapasitas lebih. Adapun tujuan mereka adalah menjual apa yang diproduksi mereka dan bukan apa yang diinginkan pasar.

#### 4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan sebuah falsafah bisnis yang berhadapan dengan tiga macam orientasi bisnis seperti yang telah dikemukakan. Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan korganisasian berupa keharusan agar perusahaan yang bersangkutan menjadi lebih efektif, dibandingkan dengan pihak pesaingnya dalam hai menciptakan, memberikan dan mengomunikasi nilai untuk para penggan pada dasar sasaran yang telah dipilih.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, hal 279

Konsep pemasaran telah dinyatakan orang dengan aneka macam cara dan gaya menurut Philip Kotler seperti misalnya:

- a. Memenuhi kebutuhan secara menguntungkan
- b. Carilah kebutuhan dan upayakan untuk memenuhinya
- c. Cintailah sang pelanggan dan bukanlah produk
- d. Apa saja keinginan saudara
- e. Saudara adalah bos
- f. Memberikan prioritas kepada orang lain
- g. Rekaman dalam laba.

##### 5. Konsep Pemasaran Sosial

Konsep pemasaran sosial menyatakan bahwa organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran, dan memberikan kepuasan yang didambakan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pihak pesaing dengan cara demikian rupa, hingga hal tersebut, menjamin atau memajukan kondisi kesejahteraan para pelanggan dan masyarakat.

Konsep pemasaran sosial mendesak para pemasar untuk memasukkan pertimbangan-pertimbangan sosial serta etikal dalam praktek-praktek pemasaran mereka. Mereka perlu mengimbangkan kriteria yang seringkali berbenturan berupa laba perusahaan, kepuasan kebutuhan para pelanggan dan kepentingan *public*.

### E. POAC Dalam Manajemen Pemasaran

POAC diterapkan dalam setiap organisasi di seluruh dunia guna mempertahankan kelanjutan organisasi. POAC adalah dasar manajemen untuk organisasi manajerial. Terdapat beberapa konsep proses manajemen, misalnya saja PDCE (*Plan, Do, Check, Evaluate*), dan PDCA (*Plan, Do, Check, Action*). Namun, konsep POAC lebih banyak digunakan dan diterapkan karena lebih sesuai untuk setiap tingkat manajemen. Kini penerapan dalam manajemen Pemasaran tidak jauh berbeda, namun saja pengartian dan pengarahan pada tujuan perusahaan yang berbeda, namun prinsip POAC itu sama.

#### 1) Perencanaan (*planning*)

Merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pemilihan alternatif-alternatif, kebijaksanaan-kebijaksanaan, prosedur-prosedur, dan program-program sebagai bentuk usaha untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. (empat) tingkat kemampuan dasar dalam kegiatan perencanaan:

- a. *Insight*: kemampuan untuk menghimpun fakta dengan jalan mengadakan penyelidikan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang direncanakan.
- b. *Forsight*: kemampuan untuk memproyeksikan atau menggambarkan jalan atau cara-cara yang akan ditempuh, memperkirakan keadaan-keadaan yang mungkin timbul sebagai akibat dari kegiatan yang dilakukan.
- c. *Studi eksploratif*: kemampuan untuk melihat segala sesuatu secara keseluruhan, sehingga diperoleh gambaran secara integral dari kondisi yang ada.

- d. *Doorsight*: kemampuan untuk mengetahui segala cara yang dapat menyamarkan pandangan, sehingga memungkinkan untuk dapat mengambil keputusan.<sup>15</sup>

Planning jangka panjang memiliki 2 karakteristik utama, yaitu:

- a. Tujuan dan sasaran: merupakan dasar bagi strategi perusahaan .
- b. Peramalan (*forecasting*) jangka panjang: langkah awal sebelum membuat perencanaan.<sup>16</sup>

## 2) Pengorganisasian (*organizing*)

Merupakan suatu tindakan atau kegiatan menggabungkan seluruh potensi yang ada dari seluruh bagian dalam suatu kelompok orang atau badan atau organisasi atau perusahaan untuk bekerja secara bersama-sama guna mencapai tujuan yang telah ditentukan bersama, baik untuk tujuan pribadi atau tujuan kelompok dan organisasi atau perusahaan. Dalam pengorganisasian dikenal istilah KISS (koordinasi, integrasi, simplifikasi, dan sinkronisasi) dalam rangka menciptakan keharmonisan dalam kegiatan organisasi maupun kegiatan perusahaan.<sup>17</sup>

## 3) Pelaksanaan atau penerapan (*actuating*)

Merupakan implementasi dari perencanaan dan pengorganisasian, dimana seluruh komponen yang berada dalam satu sistem dan satu organisasi tersebut bekerja secara bersama-sama sesuai dengan bidang masing-masing untuk dapat mewujudkan tujuan dari organisasi maupun perusahaan.

<sup>15</sup> Philip. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. ed. II. Jakarta : PT. Tema Baru, 2011. h. 55

<sup>16</sup> Philip. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. ed. II. h. 99

<sup>17</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, (Binarupa Aksara,1996). hal 86



#### 4) Pengawasan (*controlling*)

Merupakan pengendalian semua kegiatan dari proses perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan, apakah semua kegiatan tersebut memberikan hasil yang efektif dan efisien serta bernilai guna dan berhasil guna dengan sesuai tujuan organisasi atau perusahaan.<sup>18</sup>

#### F. Haji

Kata haji ditinjau dari makna aslinya adalah mengunjungi kebaitullah untuk menjalankan ibadah. Sedangkan haji menurut pengertian bahasa berarti menyengaja. Menurut istilah ialah sengaja mengunjungi Makkah (Ka'bah) untuk mengerjakan ibadah yang terdiri dari tawaf, sa'i, wukuf, dan ibadah-ibadah lainnya guna memenuhi perintah Allah dan mengharapkan ridho-Nya.

Ibadah haji ini merupakan bagian dari syariat bagi umat-umat terdahulu sejak zaman Nabi Ibrahim AS, Allah telah memerintahkan Nabi Ibrahim AS untuk membangun Baitul Haram di Makkah agar orang-orang thawaf disekelilingnya dan menyebut nama Allah ketika melakukan thawaf. Pengertian haji menurut istilah sebagian ulama' berpendapat bahwa haji adalah menuju keka'bah untuk melakukan perbuatan-perbuatan tertentu atau dengan kata lain bahwa haji adalah mengunjungi (mendatangi) suatu tempat tertentu (Ka'bah dan Arafah) pada waktu tertentu (bulan-bulan haji: Syawal, Dzulqaidah, Dzulhijjah, dan 10 pertama bulan Dzulhijjah) dengan melakukan suatu pekerjaan tertentu (Ihram, Wukuf, Mabit di Muzdahlifah, Mabit di Mina, Melontar jumrah, mencukur, thawaf, sa'i). Haji adalah Berkunjung kebaitullah (ka'bah) untuk melakukan beberapa amalan antara

<sup>18</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, hal. 104

lain: Wukuf, mabit, thawaf, sa'i dan amalan lainnya pada masa tertentu demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharap ridhonya.

#### a. Hukum Haji

Ibadah haji adalah salah satu rukun Islam yang lima, yang diwajibkan oleh Allah bagi setiap muslim yang mampu mengerjakannya sekali seumur hidupnya. Barang siapa mengingkari wajibnya maka ia murtad. Haji adalah kewajiban setiap muslim dan muslimah terhadap Allah SWT jika mampu melaksanakannya, firman Allah :

فِيهِ ءَايَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا ۚ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ  
الْبَيْتِ مَنْ أَسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

*Artinya: Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barang siapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah Dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (Tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam (Ali Imron : 97).*

Maksudnya ialah: tempat Nabi Ibrahim a.s. berdiri membangun Ka'bah. yaitu: orang yang sanggup mendapatkan perbekalan dan alat-alat pengangkutan serta sehat jasmani dan perjalananpun aman. Hal ini pun diterapkan dalam perjalanan haji.

#### b. Syarat Haji

Adapun Syarat dalam melaksanakan ibadah haji adalah:

1. Islam,
2. Baligh (dewasa).
3. Aqil (berakal sehat)

4. Merdeka .

5. Istitha'a (mampu) <sup>19</sup>, yakni memiliki kemampuan fisik, harta dan dalam keadaan aman untuk sampai keMekkah.

### c. Rukun Haji

Ialah Rangkaian amalan yang harus dilakukan dalam ibadah haji dan tidak dapat diganti dengan yang lain walaupun dengan dam. Jika ditinggalkan maka tidak sah hajinya. Rukun haji meliputi:

1. Ihram ialah niat memulai mengerjakan ibadah haji atau umrah, selama dalam keadaan ihram seseorang diharamkan melakukan perbuatan yang sebelumnya dihalalkan. Dengan telah mengucapkan niat haji atau umrah maka seseorang telah memulai melaksanakan haji atau umrah.
2. Wukuf di Arafah merupakan salah satu rukun haji yang paling utama. Jamaah haji yang tidak melaksakana wukuf di Arafah berarti tidak mengerjakan haji.
3. Thawaf, yaitu mengelilingi Ka'bah. Tawaf yang wajib adalah tawaf ibadah, yaitu mengelilingi Ka'bah sebanyak tujuh kali dimulai dari hajar Aswad. Ka'bah berada disebelah kiri atau berkeliling berlawanan dengan arah jarum jam sambil berdo'a.
4. Sa'i ialah berjalan dari bukit Shafa-Marwah dan sebaliknya sebanyak 7 kali, perjalanan dimulai dari bukit Shofa dan berakhir di Marwah. Perjalanan dari bukit shofa kebukit Marwah dihitung 1 kali.

---

<sup>19</sup> Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah*, Jakarta: Gema Insani Press, Cet. Ke-1, 2014. h. 255

5. Cukur (Tahallul).

6. Tertib

### **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum BPRS Metro Madani**

##### **1. Sejarah Berdirinya BPRS Metro Madani**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani (BPRS Metro Madani) 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. PT. BPRS Metro Madani mulai beroperasi tanggal 20 September 2005, didirikan berdasarkan Akta Anggaran Dasar notaris Hermazulia, SH di Bandar Lampung No. 1 tanggal 03 Maret 2005 yang di syahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) nomor C-16872 HT.01.01.TH.2005 tanggal 17 Juni 2005. Izin usaha dari Bank Indonesia nomor 7/54/KEP.GBI/2005 tanggal 8 September 2005.<sup>1</sup>

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 Nopember 2009, Cabang ketiga di Daya Asri Kecamatan Tumijajar Kabupaten Tulang Bawang Barat sejak 23 Juli 2012, cabang keempat di Jatimulyo Kabupaten Lampung Selatan sejak 26 Agustus 2013 dan Kantor Kas Metro di 15a Kampus Kota Metro sejak 01 Oktober 2011, serta

---

<sup>1</sup> Dokumentasi BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, dikutip pada tanggal 8 Maret 2019.

Kantor Layanan Kas di RSUD Muhammadiyah Metro sejak 15 Oktober 2012. NPWP Nomor 02.247.5-321.000 tanggal 27 Januari 2007.<sup>2</sup>

## **2. Visi, Misi dan Tujuan BPRS Metro Madani**

### **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

### **c. Tujuan**

- a). Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, antara lain melalui:
  - 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
  - 2) Meningkatkan kesempatan kerja
  - 3) Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak
- b). Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak

---

<sup>2</sup> Wawancara *Customer Service* BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, tanggal 8 Maret 2019.

masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bahwa bunga bank itu riba.

- c). Mengembangkan lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga perbankan ke daerah-daerah terpencil.
- d). Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berfikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka

#### **B. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat**

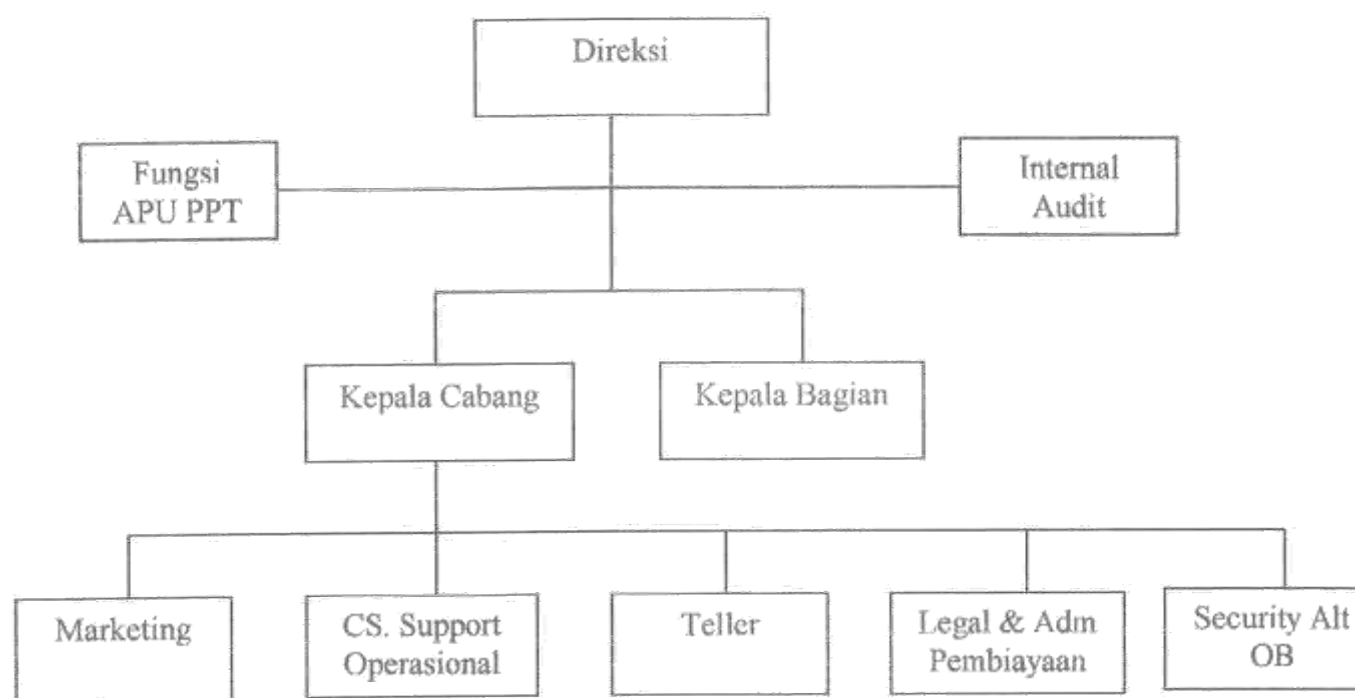
Setiap organisasi mempunyai bentuk struktur dan model yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan organisasi, struktur organisasi tersebut disusun atas berbagai bagian. Struktur organisasi merupakan unsur penting bagi sebuah organisasi untuk memudahkan pembagian wewenang serta tanggung jawab anggota organisasi, juga untuk menjelaskan masing-masing tugas dari tiap-tiap anggota organisasi. Sehingga memungkinkan orang-orang dapat bekerja sama seefektif mungkin untuk mencapai suatu tujuan. Setiap bagian organisasi mempunyai tugas dan tanggung jawab masing-masing dan antar bagian tersebut mempunyai hubungan yang sangat erat antara satu sama lain.

Berikut struktur organisasi BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat sebagai berikut :<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Dokumentasi BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, dikutip pada tanggal 8 Maret 2019.

**Gambar 1. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani**



Berikut adalah uraian pembagian tugas masing-masing jabatan di BPRS

Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat :

1. Tugas dan wewenang dan tanggungjawab Direksi yaitu meliputi.
  - a) Menyusun target funding bersama dengan Kepala Cabang.
  - b) Melakukan funding sesuai dengan rencana yang disepakati, dan melakukan evaluasi terhadap aktivitas yang telah dilakukan.
2. Tugas dan wewenang dan tanggungjawab Kepala Cabang yaitu meliputi.
  - a) Merencanakan, mengkoordinir seluruh kegiatan kantor Cabang yang meliputi kegiatan pemasaran dan operasional untuk menjamin tercapainya target yang ditetapkan secara efektif dan efisien untuk Bank.



- b) Bertanggungjawab atas pelaksanaan kegiatan marketing penghimpunan dana-dana masyarakat dan pembiayaan sejak proses pencarian nasabah potensial, sampai dengan pembinaan hubungan dengan nasabah serta pelunasan pembiayaan.
3. Tugas dan wewenang dan tanggungjawab Customer Service yaitu meliputi.
- a. Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam memberikan informasi produk
  - b. Membantu nasabah dalam melakukan proses penutupan rekening tabungan dan deposito.
  - c. Memberikan informasi saldo simpanan nasabah.
  - d. Menerima berkas pengajuan pembiayaan dari calon debitur.
  - e. Menyediakan materai untuk akad pembiayaan maupun bilyet deposito, dan bertanggung jawab atas pengelolaannya.
  - f. Membuat surat keluar dan memo internal.
  - g. Bertanggung jawab atas penomoran surat keluar, surat masuk, dan memo internal dan bertanggung jawab atas pengarsipannya.
  - h. Menyimpan berkas tabungan dan deposito.
  - i. Memberikan pelayanan informasi perbankan lainnya Kepada nasabah, terutama dalam menangani permasalahan transaksi nasabah
4. Tugas, wewenang dan tanggung jawab Teller adalah sebagai berikut.
- a. Menerima setoran dari nasabah baik tunai ataupun non tunai, kemudian memposting di sistem komputer bank.

- b. Melakukan pembayaran tunai kepada nasabah yang bertransaksi tunai di konter bank dan melakukan posting di sistem komputer bank.
  - c. Bertanggung jawab terhadap kesesuaian jumlah kas yang ada di sistem dengan kas yang ada di terminalnya.
5. Tugas, wewenang dan tanggung jawab Legal & Adm Pembiayaan adalah sebagai berikut.
- a) Membuka hubungan dengan pihak/lembaga luar dalam rangka funding yaitu meliputi : penghimpunan informasi dan mendata peluang-peluang untuk mengakses dana dari pihak/lembaga yang dapat bekerja sama, mengakses pihak-pihak yang berpotensi dalam membantu penggalangan dana masyarakat, menjaga amanah yang diberikan dan menjaga nama baik perusahaan dalam melakukan tugas, terutama yang berkaitan dengan pihak luar.
  - b) Pencarian nasabah potensial, solitisasi nasabah, proses permohonan, analisa pembiayaan, survey lokasi, membuat proposal pembiayaan dan mengajukan kepada komite pembiayaan, mengikuti proses komite, sampai dengan kegiatan pembinaan dan pengawasan.
  - c) Mengusulkan anggaran tahunan dalam rangka pelaksanaan kegiatan sesuai lingkup bidang tugasnya.
  - d) Memberikan saran, usul, pendapat, atau opini kepada manajemen berkaitan dengan kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan pemberian pembiayaan dan fasilitas lainnya.

- e) Mengajukan usulan pengeluaran biaya-biaya untuk kepentingan kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan pemberian pembiayaan sesuai dengan batasan-batasan yang diberikan dalam AD/ART Perusahaan dan ketentuan pengeluaran biaya yang telah digariskan manajemen.
6. Tugas, wewenang dan tanggung jawab Marketing adalah sebagai berikut.
- a) Tersosialisasinya produk-produk funding perusahaan di masyarakat dengan cara melakukan promosi dan sosialisasi atas aktivitas perusahaan serta produk-produk yang ada di perusahaan, mengusulkan produk-produk yang menarik yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan dalam rangka mendukung penggalangan dana di masyarakat.
  - b) Melakukan perencanaan dan penetapan target pasar sesuai arahan atasannya.
  - c) Mengajukan usulan program dan strategi operasionalnya yang berhubungan dengan pengembangan pembiayaan, serta kegiatan pemberian fasilitas lainyang mendukung kegiatan perusahaan.
7. Tugas, wewenang dan tanggung jawab Office Boy adalah sebagai berikut:
- a. Bertanggung jawab menjaga kebersihan lingkungan dan merawat alatalat kantor dan gedung kantor.
  - b. Melayani perintah yang menjadi kebutuhan kantor dan karyawan.
  - c. Menyediakan minum untuk tamu dan semua karyawan kantor.
  - d. Membantu mengoperasikan mesin foto copy jika dibutuhkan .<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Wawancara Kepala Bagian BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, tanggal 8 Maret 2019.

## **C. Produk Penghimpunan Dana BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat**

### **1. Tabungan Haji Indonesia**

Tabungan Haji adalah tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, maka pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin. Tabungan Haji juga menjamin nasabah untuk memperoleh porsi keberangkatan (sesuai dengan ketentuan Departemen Agama) dengan jumlah dana Rp. 35.000.000,- (Tiga puluh Lima Juta Rupiah), karena Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani telah online Dengan Siskohat Departemen Agama Republik Indonesia.

Tabungan haji memberikan keamanan lahir batin karena dana yang disimpan akan dikelola secara syariah. Sebagai bank umum syariah pertama di Indonesia, sejak tahun 1999 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani selalu mendapat kepercayaan dari kementrian Agama menjadi salah satu BPS BPIH (Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Haji). Karenanya, profesionalitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani dalam mengantarkan nasabah-nasabahnya untuk bisa berangkat beribadah haji/umroh tentu tak perlu diragukan lagi. Tabungan Haji Indonesia dan Tabungan Umrah dengan motto produk "Kini Semua Orang Dapat Naik Haji Sesuai Rencana".<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Wawancara *Customer Service* BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, pada hari rabu 13 Maret pukul 14.00 WIB.

#### **a. Keunggulan Haji Indonesia**

##### **1) Praktis**

Nasabah tidak perlu membawa uang tunai berlebihan sebagai pemilik Tabungan Haji Indonesia akan memperoleh kartu *Shar-E Gold* yang dapat digunakan bertransaksi diseluruh tempat yang menerima kartu VISA.

##### **2) Menyenangkan**

Dana nasabah dikelola secara syariah sehingga memberi ketenangan batin dalam menjalankan ibadah haji di tanah suci. Nasabah tidak perlu memikirkan jumlah tabungannya, karena dana yang ditabungkan akan dikelola dengan baik oleh bank.

##### **3) Fleksibel**

Dapat memilih jangka waktu dan jumlah setoran sesuai paket yang tersedia. Jadi nasabah bisa menabung berapa saja nominalnya yang akan disetor, bisa melalui transfer dari bank lain atau langsung datang ke Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani.

##### **4) Menguntungkan**

Dimungkinkan memperoleh bonus serta souvenir haji. Biasanya nasabah tabungan haji mendapat bonus serta souvenir dipertengahan puasa atau setelah lebaran idul fitri dan pengambilannya dengan cara memakai slip setoran pelunasan haji.

#### **b. Fitur Tabungan**

Fitur tabungan adalah suatu hal yang berhubungan dengan pembukaan tabungan. Berikut 7 macam fitur tabungan :

- 1) Jenis rekening dapat dibuka secara perorangan dan QQ dengan pihak yang diwakili atau mewakili adalah perorangan.
- 2) Akad *Wadiah*
- 3) Setoran minimal Rp 600.000,-
- 4) Saldo minimal Rp 600.000,-
- 5) Biaya:
  - a) Administrasi Rp 0,-
  - b) Penggantian buku tabungan Rp 10.000,-
  - c) Penutupan Rp 50.000,- apabila rekening ditutup sebelum mencapai target setoran lunas BPIH.
- 6) Syarat pembukaan rekening adalah foto Copy kartu identitas (KTP/SIM untuk WNI dan KIMS/KITAS dan Paspor WNA) serta mengisi formulir pembukaan.
- 7) Pendebetan rekening dan penambahan saldo tabungan:
  - a) Penarikan Reguler tidak dapat dilakukan. Penarikan hanya dapat dilakukan apabila rekening ditutup atau untuk kepentingan proses pendaftaran dan pelunasan BPIH.
  - b) Penambahan saldo tabungan dapat dilakukan melalui Setoran Tunai, Pindah Buku, Transfer Dari Rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani, ataupun fasilitas *Standing Instruction* yang dimiliki Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani.

### c. Tekhnis Pemberangkatan

Setelah saldo nasabah memenuhi dana haji pada tahun tersebut, nasabah akan langsung mendapatkan nomor keberangkatan karena Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani telah terhubung langsung dengan Siskohat Kementerian Agama Republik Indonesia. Pemberitahuan ulang waktu keberangkatan akan dilaksanakan oleh bank dalam rangka mengingatkan nasabah karena di tahun 2019 ini kemungkinan keberangkatan akan berlangsung sepuluh sampai dua belas tahun yang akan datang, sehingga dikhawatirkan nasabah akan lupa dengan tanggal keberangkatannya. Setelah nasabah pulang dari tanah suci, nasabah bisa mengambil uang sisa yang terdapat di rekening (jika ada sisa).<sup>6</sup>

### d. Mekanisme Pembukaan Tabungan Haji

Mekanisme ketika pembukaan tabungan haji sama dengan tabungan yang lainnya, yaitu :

- a) Nasabah datang ke bank dengan membawa foto Copy kartu identitas (KTP/SIM untuk WNI dan KIMS/KITAS dan Paspor WNA) serta mengisi formulir pembukaan.
- b) Mengisi lembar pendaftaran haji berupa surat kuasa dan surat formulir pernyataan nasabah dengan tanda tangan diatas materai 6000.
- c) Mengisi slip setoran dengan nominal Rp. 25.600.000,- (dengan perincian Rp. 25.000.000,- untuk pendaftaran awal haji dan Rp. 600.000,- untuk pembukaan tabungan).

---

<sup>6</sup> Wawancara *Customer Service* BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, pada hari rabu 13 Maret pukul 14.00 WIB.

- d) Setelah mengisi slip lalu uang disetor ke teller, dan customer service membuatkan nomor rekening nasabah.
- e) Kemudian setelah nomor rekening sudah jadi dan uang sudah disetor, nasabah sudah selesai mendaftar tabungan haji Indonesia.
- f) Dan apabila akan menabung bisa melalui transfer dari bank lain atau langsung datang ke Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani.<sup>7</sup>

#### **e. Akad Tabungan Haji**

Akad yang digunakan dalam tabungan haji adalah akad wadiah dimana nasabah hanya sekedar menitipkan dananya tanpa mendapatkan bagi hasil dari dana yang disimpan tersebut. Dikarenakan akad wadiah yang digunakan yaitu wadiah yad dhamanah sehingga dana tersebut boleh digunakan oleh bank dalam sektor riil.<sup>8</sup>

Apabila nasabah tabungan haji ingin menutup rekeningnya setelah pulang dari ibadah haji, maka yang harus dilakukan nasabah adalah sebagai berikut :

- a) Nasabah datang ke bank dengan membawa buku tabungan dan keterangan kartu identitas diri (KTP, SIM untuk WNI, dan paspor untuk WNA.
- b) Mengisi lembar formulir penutupan rekening yang telah disediakan.
- c) Mengisi slip penarikan jika masih terdapat sisa uang di dalam tabungan tersebut.

---

<sup>7</sup> Wawancara *Customer Service* BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, pada hari rabu 13 Maret pukul 14.00 WIB.

<sup>8</sup> Wawancara *Marketing* BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, pada hari rabu 13 Maret pukul 11.00 WIB.



- d) Customer service menginput data nasabah untuk penutupan rekening, setelah selesai buku diserahkan kepada nasabah.
- e) Dan tutup rekening sudah selesai.<sup>9</sup>

## **2. Tabungan Umrah BPRS Metro Madani**

Produk Tabungan Umrah memiliki motto “Kapanpun Anda ingin berangkat Umrah, Tabungan Umrah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani akan membantu perencanaan Anda secara mudah dan matang. Dengan berbagai keuntungan yang menarik sebagai berikut:

- a. Bagi hasil yang kompetitif dan lebih tinggi dibandingkan tabungan biasa
- b. Setoran bulanan fleksibel mulai Rp 100.000,-
- c. Dapat melakukan setoran tambahan dan perubahan setoran bulanan
- d. Perlindungan asuransi jiwa bebas premi
- e. Keleluasaan pilihan jangka waktu mulai dari 3 bulan sampai 5 bulan.

Syarat dan ketentuan sesuai dengan yang berlaku pada perusahaan asuransi yang bekerja sama dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani.

## **3. Deposito Mudharabah**

*Deposito Mudharabah* Merupakan jenis investasi bagi nasabah dan badan hukum dengan sistem bagi hasil. Keuntungan produk deposito ini adalah:

- a. Saldo minimal 5.000.000,-
- b. Jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan
- c. Fasilitas Automatic Rool Over dan dijamin pemerintah

---

<sup>9</sup> Wawancara *Marketing* BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, pada hari rabu 13 Maret pukul 11.00 WIB.

Kelemahan produk deposito ini adalah:

- a. Tidak ada fasilitas asuransi yang diberikan oleh bank
- b. Di pungut biaya matrai pada saat pembukaan rekening.
- c. Setoran minimal 5.000.000-, membuat masyarakat kelas menengah kebawah enggan menggunakan produk tersebut.

#### **4. Pembiayaan Modal Kerja**

Pembiayaan modal kerja adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan modal kerja usaha nasabah sehingga kelancaran operasional dan rencana pengembangan usaha nasabah akan terjamin. Diperuntukkan kepada perorangan (WNI) pemilik usaha dan badan usaha yang memiliki legalitas di Indonesia. Berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad *musyarakah*, *mudharabah*, atau *murabahah* sesuai dengan spesifikasi kebutuhan modal kerja. Dapat digunakan untuk meningkatkan atau memenuhi tambahan omset penjualan dan membiayai kebutuhan bahan baku atau biaya-biaya *overhead*. Jangka waktu pembiayaan disesuaikan dengan spesifikasi modal kerja.

#### **D. Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Haji Indonesia di BPRS Metro**

##### **Madani KC. Tulang Bawang Barat**

Strategi pemasaran diperlukan pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti BPR Syariah, dimana lembaga ini selain berorientasi pada fungsi profit, lembaga ini juga mempunyai kapasitas sebagai lembaga yang berorientasi pada fungsi social. Pada lembaga keuangan syariah seperti BPR Syariah, disadari perlunya bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanan, sehingga diperlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa bank. Salah satu produk yang

diperkenalkan BPR Syariah adalah Produk Tabungan Haji dan Umroh. Produk ini merupakan produk yang diperuntukan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah, sehingga keinginannya dapat terpenuhi.

Dari hasil interview yang dilakukan oleh peneliti terhadap marketing BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat dan juga berdasarkan data pada tabel diatas; produk tabungan Haji dan Umrah adalah salah satu produk unggulan BPR Syariah, tingkat pertumbuhan nasabah produk tabungan Haji dan Umrah, hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah produk tabungan Haji dan Umrah.

Strategi khusus yang digunakan adalah menawarkan ke perusahaan-perusahaan, pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak, pegawai (walaupun pegawai sudah haji tetapi tabungan tersebut diperuntukan untuk keluarganya) serta karyawan yang *payroll* di BPR Syariah. Segmen pasar yang di bidik oleh BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat dari segi daerah/wilayah meliputi; Kota medan dan sekitarnya.

Target pasar produk Tabungan Haji dilihat dari pekerjaan mulai dari pegawai negeri, swasta, wiraswasta dan dari semua berbagai jenis pekerjaan. Sedangkan target pasar dilihat dari segi usia mulai dari anak-anak yang sudah memiliki akte kelahiran sampai dengan usia yang tidak dibatasi. Dalam pemasaran produk, marketing sudah dibekali training/pendidikan marketing diantaranya adalah tentang strategi pemasaran produk yaitu marketing diajari bagaimana cara memasarkan suatu produk agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya, kemudian tentang materi produk yaitu pemahaman produk agar marketing lebih

mengetahui segala sesuatu tentang produk-produk yang ada di BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat. Di lain hal marketing BPR Syariah juga dibebani target dalam mendapatkan nasabah produk tabungan Haji. Untuk kendala dalam pemasaran selama ini tidak ada kendala dan target tercapai. Meskipun menggunakan produk *wadiah yaddhamanah* (yaitu akad yang dimana si penerima titipan dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seizin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala si pemilik menghendakinya).

Untuk melakukan kegiatan pemasaran, BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat mempunyai strategi pemasaran tersendiri yaitu sebagai berikut :

#### 1. Strategi produk

Fenomena daftar tunggu (*waiting list*) haji di Indonesia yang terjadi pada saat ini yang mencapai 14 tahun bahkan lebih, banyak menyadarkan umat muslim yang kemudian merencanakan ibadah haji sejak dini yaitu dengan cara membuka rekening tabungan haji. Hal ini kemudian ditangkap menjadi peluang oleh BPR Syariah yang kemudian menciptakan produk tabungan Haji dan Umrah dengan menerapkan akad *wadiah yad dhamanah*, (yaitu akad yang dimana si penerima titipan dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seizin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala si pemilik menghendakinya).

Dalam mengembangkan produknya BPR Syariah melakukan beberapa hal yaitu: BPR Syariah menciptakan branding Haji dan Umrah, dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a. Mudah diingat dan dimengerti, BPR Syariah memberi nama produknya singkat dan jelas agar nasabah mudah mengingat nama produk-produk tersebut. Seperti produk tabungan Haji dan Umrah, pada produk terdapat kata haji dan umrah sehingga masyarakat mudah mengingat dan mengetahui tabungan itu ditujukan untuk yang ingin merencanakan ibadah haji atau umrah.
- b. Terkesan modern, BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat dalam menciptakan merek dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam hal penamaan produk. Dalam produk tabungan Haji dan Umrah
- c. terdapat kata “Indonesia” yang terkesan modern karena perkembangan ekonomi islam pada saat ini.
- d. Memiliki arti (dalam arti positif), BPR Syariah menciptakan merek memiliki arti yang bermanfaat bagi nasabahnya. Dalam produk tabungan Haji dan Umrah yaitu tabungan haji dan umrah yang dijalankan menurut prinsip syariah dan tentu bebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin para nasabah.

## 2. Strategi harga

Dalam hal harga produk tabungan Haji dan Umrah di BPR Syariah dibandingkan dengan bank syariah lain contohnya BPR Syariah Kantor Cabang

Tulang Bawang Barat, harga yang ditawarkan BPR Syariah lebih rendah dari Bank Syariah yang lain, dimana harga yang ditawarkan BPR Syariah sebesar Rp 50.000 untuk setoran awal minimal, sedangkan untuk Bank Syariah yang lain setoran awal minimalnya Rp 100.000. maka tak heran jika dalam pemasaran produk ini dilihat dari segi harga lebih unggul sehingga menarik perhatian masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan haji dan umrah tersebut, karena hanya dengan biaya Rp 50.000 masyarakat dapat membuka rekening tabungan haji dan umrah di BPR Syariah Indonesia.

### 3. Strategi tempat/distribusi

Kegiatan fungsional BPR Syariah KC Tulang Bawang Barat. Lokasi ini dinilai strategis dengan pusat kota. Dalam upaya bank melayani nasabah tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran informasi dapat mengakibatkan bank kehilangan waktu dan kualitas jasa serta diambilnya kesempatan oleh para pesaing. Oleh karena itu, BPR Syariah KC Tulang Bawang Barat menggunakan sistem jemput bola yaitu petugas langsung mendatangi nasabah di rumah-rumah atau ditempat mereka berusaha. Karena petugas lebih leluasa dalam menjelaskan dan memasarkan produk BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat kepada calon nasabah.

### 4. Strategi promosi

Salah satu tujuan promosi BPR Syariah adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen

yang baru. Berikut ini strategi promosi yang digunakan BPR Syariah dalam mempromosikan produk tabungan Haji dan Umrah:

- a. Memperluas jaringan dari satu nasabah kemudian menawarkan pada pasangan, keluarga dan teman nasabah melalui telepon atau langsung datang kerumah.
- b. Dengan adanya brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui adanya lembaga keuangan syariah, produk maupun jasa layanannya, khususnya produk tabungan Haji dan Umrah.
- c. Dengan *website* [www. BPRSyariah.co.id](http://www.BPRSyariah.co.id), informasi tentang BPR Syariah dengan produk maupun jasa layanannya khususnya produk tabungan Haji dan Umrah pada BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat dapat diketahui masyarakat secara luas.
- d. Penjualan pribadi dilakukan oleh marketing dengan cara door to door serta datang langsung ke kelompok-kelompok pengajian.
- e. Pemberian berbagai souvenir eksklusif serta perlengkapan haji (souvenir tergantung kebijakan dari BPR Syariah).

## **BAB IV PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan, yaitu:

Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dan Umrah di Bank BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat

Produk tabungan Haji dan Umrah adalah salah satu produk unggulan BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat, tingkat pertumbuhan nasabah produk tabungan Haji dan Umrah setelah keberhasilan strategi promosi produk Tabungan Haji di BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat adalah karena dibuatnya program Rezeki Haji Berkah. Keberhasilan pemasaran tersebut juga tak lepas dari pelatihan marketing yang diberikan oleh BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat kepada marketing-marketingnya.

Adapun langkah yang merupakan strategi BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat dalam memasarkan Produk Tabungan Haji dan Umrah memiliki beberapa tahapan antara lain: Adanya strategi produk, BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat menciptakan branding Haji dan Umrah supaya mudah diingat. Serta menggunakan akad *Wadiah yad dhamanah* yaitu akad yang dimana si penerima titipan dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seizin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala si pemilik menghendakinya.



- a. Adanya strategi harga, dengan biaya Rp 50.000,- dalam membuka rekening sehingga tabungan sangat terjangkau.
- b. Adanya strategi tempat/distribusi, dengan mendatangi nasabah, dalam hal ini pihak bank menerapkan sistem jemput bola.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan, maka saran yang diberikan kepada BPR Syariah Kantor Cabang Tulang Bawang Barat dalam strategi pemasaran produk tabungan Haji dan Umrah agar terus berinovasi dalam hal pemasaran dengan membuat program-program baru untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk tabungan ini dengan tetap berprinsip kepada syariat islam. Selain itu perlunya sosialisasi lebih mendalam lagi mengenai produk tabungan Haji dan Umrah kepada masyarakat agar lebih mengetahui tentang produk ini serta program-programnya. Dalam hal ini pihak bank berarti harus terus meningkatkan skill marketing melalui pendidikan marketing dalam hal strategi pemasaran dan pemahaman tentang produk tersebut.

## **C. Penutup**

Puji Syukur kepada Allah SWT, atas berkat, rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis mengakui Bahasa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan penyusun. Namun menjadikan pengalaman dari penulis supaya giat dalam menempuh kegiatan-kegiatan akademik. Semoga

Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan masyarakat pada umumnya sebagai masukan dan bahan kritikan yang sifatnya membangun dimasa yang akan datang.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap peneliti adalah Arief setya budi lahir di Beji, Kecamatan Pemalang, Kabupaten Jawa Tengah 23 tahun silam, tepatnya pada tanggal 02 Juni 1996, anak Pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Ayahanda Muhamad Marhadi dengan Ibunda Nur Hidayati

Adapun riwayat pendidikan peneliti sebagai berikut: pada tahun 2010 Lulus SD Negeri 06 Beji, KecamatanTaman, Kabupaten Pemalang Profinsi Jawa Tengah Kemudian melanjutkan di PGRI 03 Kecamatan Taman, Kabupaten Jawah Tengah dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun 2016 lulus dari SMA Negeri 03 Menggala Kabupaten Tulang Bawang Profinsi lampung.

Pada tahun 2016 penulis tercatat sebagai Mahasiswa Program D-III Perbankan Syari'ah di IAIN Metro

Lampung Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam. Selama menjadi mahasiswa, peneliti juga aktif dalam Unit Kegiatan aktif dalam Organisasi Kepemudaan KAMMI Komisariat IAIN,

Pada akhir perjalanan studi peneliti di program D-III Perbankan Syariah IAIN Metro, peneliti menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul:Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Indonesia (THI) Pada BPRS METRO MADANI KC.TULANG BAWANG BARAT

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, Binarupa Aksara, 1996
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009
- Dokumentasi BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, dikutip pada tanggal 8 Maret 2019
- Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial, Ed. 2, Cet. 3*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- J. Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Prenada Media, 2004
- Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010
- Kamino, Direksi. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani, hasil wawancara pada tanggal 13 Januari 2019
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008
- Muhammad Ali, *Strategi Penelitian Pendidikan, Cet. 10*, Bandung: Angkasa, 2013
- Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah*, Jakarta: Gema Insani Press, Cet. Ke-1, 2014
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Praktek ke Teori*. Jakarta. Universitas Terbuka. 2013
- Nurhidayati, M.H, *Hukum Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: idea press Yogyakarta, 2015
- Philip. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. ed. II. Jakarta : PT. Tema Baru, 2011
- Rahmat. Dasar-Dasar Statistika. CV Alfabeta. Bandung. 2016
- Saifudin Azwar, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. PT. Rineka Cipta. 2010.
- Suraya Murcitaningrum, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Bandar Lampung: Ta'lim Press, 2017
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.

Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid I*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013

Totok Budisantoso. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, ( Jakarta: Salemba Empat, 2014)

Wawancara *Customer Service* BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, tanggal 8 Maret 2019

Wawancara *Kepala Bagian* BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, tanggal 8 Maret 2019

Wawancara *Marketing* BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat, pada hari rabu 13 Maret pukul 11.00 WIB.



Mohon diisi dengan huruf cetak dan beri tanda pada salah satu kotak pilihan

DATA NASABAH (CIF) PERORANGAN

Nama Lengkap (Sesuai tanda pengenal) :

Gelar sebelum Nama : Gelar setelah Nama :

Data Pribadi

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan  
Kewarganegaraan : ☐ WNI ☐ WNA, negara asal :  
Tanda Pengenal : ☐ KTP ☐ SIM  
☐ Akta Lahir/Kartu Pelajar/Kartu Mahasiswa

Nomor :  
Berlaku s/d : tgl bin thn  
☐ Seumur Hidup

Tempat Lahir

Tanggal Lahir : tgl bin thn  
Status Pernikahan : ☐ Lajang ☐ Menikah ☐ Janda/Duda  
Agama : ☐ Islam ☐ Kristen ☐ Katolik  
☐ Budha ☐ Hindu ☐ Lainnya  
Pendidikan Terakhir : SD SMP SMA ☐ Diplomat  
☐ S1 ☐ S2 ☐ S3  
NPWP : ☐ Ada ☐ Tidak Ada

Nomor :

Nama Gadis Ibu Kandung :

Status Tempat Tinggal

☐ Rumah Milik Sendiri ☐ Rumah Milik Keluarga ☐ Rumah Dinas ☐ Sewa

Data Alamat Tempat Tinggal

Alamat sesuai tanda pengenal : copy tanda pengenal terlampir

Alamat Tempat Tinggal Terkini (diisi hanya jika berbeda dengan Tanda Pengenal)

RT/RW

Desa/Kelurahan

Kecamatan

Kota/Kabupaten

Propinsi

Data Nomor Telepon & Email

No. Telp. Rumah

No. Telp. Kantor

No. HP

No. HP Alternatif

Email

Data Pekerjaan

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Ibu Rumah Tangga

☐ Wirasaha

☐ TNU/Polri

☐ Pegawai Negeri

☐ Pegawai Swasta

☐ BUMN/BUMD

☐ Profesional

☐ Lainnya

Data Perusahaan/Instansi Tempat Bekerja

Nama Kantor

Alamat Kantor

Kota / Kabupaten

Jabatan

Mulai Bekerja

Penghasilan Tetap perbulan

☐ < Rp. 1 jt

☐ Rp. 1 - 3 jt

☐ Rp. 3 - 5 jt

☐ > Rp. 5 jt

Penghasilan tidak tetap Perbulan

☐ < Rp. 1 jt

☐ Rp. 1 - 3 jt

☐ Rp. 3 - 5 jt

☐ > Rp. 5 jt

DATA NASABAH (CIF) NON PERORANGAN/BADAN

Bentuk Badan

☐ PT

☐ Koperasi

☐ Yayasan

☐ Instansi Pemerintah

☐ BUMN

☐ BUMN

☐ CV

☐ FA

☐ Lainnya

Nama Institusi

Alamat Kedudukan sesuai AD terakhir :

Kecamatan

Kota

Alamat Kantor

Kota

Alamat Email

Alamat Website

No. Telp. Badan

No. Fax Badan

Bidang/Sektor Usaha

NPWP

Penjualan/Tahun (Khusus Badan Usaha)

☐ Rp. ≤ 50 jt

☐ Rp. ≤ 50 jt - 100 jt

☐ Rp. ≤ 100 jt - 500 jt

☐ Rp. ≤ 500 jt - 1 M

☐ Rp. > 1 M

No. Akte Pendirian

Tgl/Bln/Thn

Notaris

Tempat Akte Dibuat

No. Akte Perubahan

Tgl/Bln/Thn

Notaris

No. Ijin Usaha (SIUP)

Tgl/Bln/Thn

Tgl/Bln/Thn Exp

Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Tgl/Bln/Thn

Tgl/Bln/Thn Exp

Pengurus Perusahaan (Terlampir Fotocopy Identitas)

| No | Nama | Jabatan | Alamat | No. Telp. |
|----|------|---------|--------|-----------|
| 1  |      |         |        |           |
| 2  |      |         |        |           |
| 3  |      |         |        |           |

DATA PEMBUKAAN REKENING BARU

Tujuan Pembukaan rekening

☐ Investasi

☐ Simpanan

☐ Usaha

☐ Lainnya

Sumber Dana

☐ Gaji

☐ Hibah/Warisan

☐ Hasil Usaha

☐ Lainnya

☐ Hasil Investasi

Perkiraan nilai transaksi dalam 1 tahun

☐ < Rp. 5 jt

☐ Rp. 25 jt - < Rp. 100 jt

☐ Rp. 250 jt - < Rp. 500 jt

☐ Rp. 5 jt - < Rp. 25 jt

☐ Rp. 100 jt - < Rp. 250 jt

☐ Rp. ≥ Rp. 500 jt

Produk yang dipilih

☐ Tab. Wadiah

☐ Tab. Pendidikan

☐ Tab. Qurban

☐ Tab. Haji

☐ Tab. Wallimah

☐ Deposito

Sumber dana dan tujuan pembukaan rekening bukan untuk kegiatan pencucian uang dan pendana terorisme

☐ Ya

☐ Tidak

Pemotongan Infaq / Shadaqah 2,5 % dari Bagi Hasil

☐ Ya

☐ Tidak

|     |                                                |                                 |
|-----|------------------------------------------------|---------------------------------|
| No. | Nama Nasabah Anggota Rekening Gabungan Lainnya | No. CIF (Wajib diisi oleh Bank) |
|     |                                                |                                 |

Penamaan Rekening\*): Pilih Salah Satu

☐ Dan ☐ Atau ☐ Lainnya

Hubungan dengan Nasabah:

☐ Orang Tua/Anak ☐ Rekan Kerja

☐ Suami/Istri

### AHLI WARIS

NAMA AHLI WARIS : .....

TEMPAT LAHIR : .....

TANGGAL LAHIR : [ ] [ ] Tgl [ ] [ ] Bln [ ] [ ] [ ] [ ] Thn

### HUBUNGAN DENGAN PEMBERI WARIS

☐ Suami / Istri ☐ Anak ☐ Orang Tua

☐ Saudara Kandung ☐ Lainnya

### FASILITAS REKENING BANK LAIN

| Nama Bank | No & Jenis Rekening | Atas Nama |
|-----------|---------------------|-----------|
|           |                     |           |

| Nama Bank | No & Jenis Rekening | Atas Nama |
|-----------|---------------------|-----------|
|           |                     |           |

### DATA DEPOSITO

Tanggal Pembukaan : [ ] [ ] Tgl [ ] [ ] Bln [ ] [ ] [ ] [ ] Thn

Nominal Deposito : Rp. ....

Terbilang : .....

Jangka Waktu : ☐ 1 Bulan ☐ 3 Bulan ☐ 6 Bulan ☐ 12 Bulan

Status Jatuh Tempo : ☐ Perpanjangan Otomatis (Aro) ☐ Konfirmasi

### Pembayaran Bagi Hasil :

☐ Dibukukan ke No. Rekening : ..... Atas Nama : .....

☐ Transfer ke Bank : ..... Atas Nama : .....

☐ Tunai

### Pencaliran Deposito :

☐ Dibukukan ke No. Rekening : ..... Atas Nama : .....

☐ Transfer ke Bank : ..... Atas Nama : .....

☐ Tunai

### AKAD DIISI BANK

- ☐ **WADIAH YAD DHAMANAH**  
Nasabah menitipkan dananya melalui Bank dengan melakukan setoran awal sebesar Rp. .... Bank berdasarkan kebijaksanannya dapat memberikan bonus kepada Nasabah yang akan diberikan setiap akhir bulan atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank.
- ☐ **MUDHARABAH**  
Nasabah menginvestasikan dananya melalui Bank dengan melakukan setoran awal sebesar Rp. .... Untuk itu Bank akan membuka rekening atas nama Nasabah.

Bank akan berbagi hasil atas Dana Nasabah yang diinvestasikan oleh Bank dengan perbandingan bagi hasil .....% untuk Nasabah dan .....% untuk Bank. Bank akan memberikan bagi hasil kepada Nasabah setiap akhir bulan atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank.

Apabila dipandang perlu, Bank dapat mengubah dan menetapkan bagi hasil baru yang diumumkan di counter Bank dan akan berlaku pada tanggal 1 bulan berikutnya.

Apabila dalam 10 (sepuluh) hari kalender setelah tanggal pengumuman tersebut tidak ada tanggapan secara tertulis dari Nasabah, maka Nasabah menyetujui perubahan dan besaran bagi hasil tersebut.

### PERSETUJUAN

- Dengan menandatangani aplikasi ini, Saya/Kami menyatakan bahwa:
1. Data yang diberikan dan terlampir pada Formulir Aplikasi ini adalah Benar dan merupakan data terbaru.
  2. PT. BPRS Metro Madani berhak melakukan pemeriksaan terhadap kebenaran data yang Saya/Kami berikan.
  3. Saya/Kami telah melihat dan membaca segala ketentuan sebagaimana tertuang pada Ketentuan Umum Pembukaan Rekening dan telah memahami Karakteristik Produk serta segala konsekuensi pemanfaatan produk Bank ini, termasuk manfaat, resiko dan biaya-biaya yang melekat pada produk ini.
  4. Saya/Kami memberikan persetujuan kepada Bank untuk memberikan data pribadi Saya/Kami kepada pihak lain di luar badan hukum bank untuk tujuan yang legal dan tidak bersifat merugikan saya termasuk didalamnya untuk penawaran produk asuransi syariah dan produk keuangan syariah lainnya, serta perusahaan yang bekerjasama dengan Bank didalam pengembangan produk/layanan Bank.
  5. Saya/Kami telah memahami penjelasan Bank mengenai tujuan dan konsekuensi dari pemberitaan dan penyebarluasan data pribadi kepada pihak lain di luar badan hukum bank.
  6. Dalam semua aktifitas terkait penggunaan data pribadi saya ini, saya mewajibkan Bank untuk melindungi saya selaku nasabah sesuai UU Perbankan Syariah yang berlaku.
- Bertempat di ..... Tanggal ...../...../.....

Tanggal Buka Rekening : [ ] [ ] Tgl [ ] [ ] Bln [ ] [ ] [ ] [ ] Thn

Nomor Cif : .....

Jenis Rekening : Tabungan/deposito\*)

Nomor Rekening : .....

Nisbah Bagi Hasil Bagi Bank : .....%

Nisbah Bagi Hasil Bagi Nasabah : .....%

Hubungan Dengan Bank : Terkait/tidak Terkait\*)

| Diproses | Diperiksa | Disetujui |
|----------|-----------|-----------|
|          |           |           |

\*) Coret yang tidak perlu

CUSTOMER SERVICE

NASABAH



## KETENTUAN DAN SYARAT PEMBUKAAN REKENING DEPOSITO

### A. UMUM

1. Deposito ini menggunakan prinsip syariah.
2. Depositor:
  - a. Depositor adalah perorangan dan badan hukum.
  - b. Depositor harus menyerahkan foto copy KTP/SIM dan atau identitas lainnya yang masih berlaku sesuai ketentuan Bank.
3. Deposito Bank Syariah Metro Madani merupakan investasi berjangka waktu tertentu sebagai berikut:
  - a. Deposito Investasi Mudharabah jangka waktu 1 bulan
  - b. Deposito Investasi Mudharabah jangka waktu 3 bulan
  - c. Deposito Investasi Mudharabah jangka waktu 6 bulan
  - d. Deposito Investasi Mudharabah jangka waktu 12 bulan
4. Depositor mendapatkan bukti bilyet deposito Bank Syariah Metro Madani sebagai bukti penempatan dana.
5. Data Depositor tidak dapat diganti oleh data orang lain.
6. Deposito Bank Syariah Metro Madani dalam mata uang rupiah.
7. Jika bukti bilyet Deposito hilang, Depositor wajib melaporkan secara tertulis kepada Bank Syariah Metro Madani dan segera disusul Surat Keterangan dari Kepolisian.
8. Atas Bilyet Deposito hilang Bank Syariah Metro Madani akan melakukan pemblokiran saldo sampai saat jatuh tempo. Penerbitan bilyet baru dengan perjanjian yang baru sesuai syarat dan kondisi yang berlaku, atau yang ditunjuk pada saat pembukaan rekening.
9. Jika Depositor meninggal dunia, maka saldo Deposito akan dibayarkan kepada ahli warisnya yang sah menurut hukum yang berlaku.
10. Apabila ada perubahan tanda tangan dan identitas, antara lain perubahan nama, alamat, nomor telepon, dan/atau NPWP, Depositor diwajibkan segera untuk memberitahukan kepada Bank Syariah Metro Madani yang disertai dengan copy identitas, atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank.
11. Bank dibebaskan dari segala tuntutan dan kerugian yang timbul karena kehilangan/pemalsuan/kelalaian dan atau penyalahgunaan bilyet Deposito.

### B. PENYETORAN DAN PENARIKAN

1. Penyetoran dan penarikan deposito dapat dilakukan di kantor Bank Syariah Metro Madani sesuai jam buka kas.
2. Penempatan deposito minimal Rp1.000.000,- (satu juta rupiah)
3. Penarikan/pencairan deposito hanya dapat dilakukan di kantor penerbitan deposito.
4. Pencairan deposito dapat dilakukan secara tunai atau pemindahbukuan sesuai rekening yang ditunjuk
5. Pencairan deposito tunai, harus menyerahkan asli bilyet deposito setelah dibubuhi tanda tangan pencairan sesuai daftar specimen dan memperlihatkan asli identitas yang masih berlaku jika dikuasakan pada orang/pihak lain maka disertai surat kuasa diatas materai dan identitas asli pemberi dan penerima kuasa.

### C. BAGI HASIL

1. Depositor akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan nisbah bagi hasil antara bank dengan Depositor.
2. Bagi Hasil diperhitungkan setiap bulan dan akan dibayarkan setiap tanggal valuta setiap bulan.
3. Pajak bagi hasil yang diperoleh Depositor ditanggung oleh Depositor sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk disetor ke kas negara.
4. Bank dapat mengubah dan menetapkan bagi hasil baru yang diumumkan di outlet Bank dan akan berlaku tanggal 1 bulan berikutnya. Apabila dalam 10 hari kalender setelah tanggal pengumuman tersebut, tidak ada tanggapan secara tertulis dari Pemilik Rekening, maka Pemilik Rekening menyetujui perubahan dan besaran bagi hasil tersebut. Bagi deposito yang berjalan maka

perubahan nisbah bagi hasil pada saat jatuh tempo atau perpanjangannya.

5. Bagi hasil tergantung daripada pendapatan riil Bank tiap bulan.
6. Pencairan deposito sebelum jatuh tempo akan dilakukan koreksi bagi hasil dengan ketentuan sebagai berikut:
  - Jangka waktu 1 bulan dicairkan < 1 bulan : tidak diperhitungkan bagi hasil
  - Jangka waktu 3 bulan dicairkan < 3 bulan : diperhitungkan nisbah bagi hasil nisbah counter yang berlaku 1 bulan
  - Jangka waktu 6 bulan dicairkan > 3 bulan : diperhitungkan nisbah bagi hasil nisbah counter yang berlaku 3 bulan
  - Jangka waktu 12 bulan dicairkan > 3 bulan < 6 bulan : diperhitungkan nisbah bagi hasil nisbah counter yang berlaku 3 bulan dan dicairkan > 6 bulan : diperhitungkan nisbah bagi hasil nisbah counter yang berlaku 6 bulan

### D. BIAYA

Biaya materai sebesar Rp.6.000,- (enam ribu rupiah) pada saat pencairan atau sesuai ketentuan yang berlaku.

### E. PEMBLOKIRAN

1. Untuk kepentingan pemilik rekening, Bank atas pertimbangan sendiri, berhak memblokir rekening pemilik rekening dalam hal terdapat indikasi dan atau dugaan sengketa intern dalam diri pemilik rekening ataupun karena hal-hal lain yang menurut pertimbangan Bank dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik rekening, sampai adanya bukti penyelesaian sengketa yang dapat diterima oleh Bank.
2. Untuk kepentingan pihak-pihak yang berselisih dan atau agar Bank memiliki landasan yang benar dalam pengelolaan suatu rekening, Bank atas pertimbangan sewaktu-waktu berhak untuk memblokir suatu rekening, apabila terdapat petunjuk/indikasi dan atau dugaan perselisihan dari tindak pidana atas seluruh atau sebagian dana yang terdapat pada suatu rekening dan atau perselisihan dari tindak pidana atas pihak (baik pemilik rekening maupun pihak ketiga lainnya yang berkaitan dengan rekening) sampai terdapat adanya bukti penyelesaian perselisihan / tindak pidana tersebut.
3. Untuk kepentingan pihak-pihak yang terkait Bank berhak memblokir rekening apabila pemilik rekening dinyatakan pailit oleh pengadilan.
4. Atas perintah pejabat instansi yang berwenang atau pertimbangan Bank, Bank berhak untuk memblokir rekening sampai ada instruksi lebih lanjut dari pejabat instansi yang berwenang untuk membuka kembali rekening (jika ada).
5. Bank berdasarkan pertimbangannya sendiri berhak menutup suatu rekening Pemilik Rekening jika rekening tersebut disalahgunakan, termasuk tapi tidak terbatas untuk menampung dan/atau untuk melakukan kejahatan atau untuk kegiatan-kegiatan yang dapat merugikan masyarakat atau pihak manapun dan/atau Bank atau berdasarkan alasan dan pertimbangan lain yang semata-mata ditetapkan oleh Bank.
6. Saldo yang tersisa pada setiap rekening yang ditutup akan diberikan kepada pemilik rekening setelah dipotong dengan biaya penutupan rekening dan biaya-biaya Bank lainnya yang dikenakan terhadap rekening tersebut serta diperhitungkan dengan semua jumlah yang wajib dibayar pemilik rekening kepada Bank.
7. Apabila setelah diperhitungkan kewajiban pemilik rekening kepada Bank sebagaimana dimaksud butir 6 masih terdapat kewajiban pemilik rekening kepada Bank, maka pemilik rekening tetap wajib melunasi kewajibannya tersebut.

....., tanggal.....

Menyatakan setuju,

.....  
Nama dan Tanda Tangan Nasabah



## A. UMUM

1. Tabungan ini mengemban prinsip syariah.
2. Penabung:
  - a. Penabung adalah perorangan dan badan hukum.
  - b. Penabung harus menyerahkan foto copy KTP/SIM dan atau identitas lainnya yang masih berlaku sesuai ketentuan Bank.
3. Penabung mendapatkan buku Tabungan Syariah Metro Madani sebagai bukti laporan mutasi rekening.
4. Bank akan membukukan segala transaksi baik mengenai pengambilan atau penyetoran uang oleh penabung, maupun penerimaan atau pembayaran yang dilakukan bank untuk kepentingan atau atas beban penabung.
5. Data penabung tidak dapat diganti oleh data orang lain.
6. Tabungan Syariah Metro Madani dalam mata uang rupiah.
7. Apabila terdapat perbedaan saldo tabungan antara buku tabungan dengan saldo yang tercatat pada pembukuan bank maka yang dipergunakan adalah saldo yang tercatat pada pembukuan bank.
8. Jika buku tabungan hilang/rusak, penabung wajib melaporkan secara tertulis kepada Bank Syariah Metro Madani dan segera disusul Surat Keterangan dari Kepolisian dan Bank Syariah Metro Madani akan menerbitkan buku baru penggantinya.
9. Penerbitan buku tabungan pengganti hanya diterbitkan oleh kantor penerbit dengan membebankan biaya kepada penabung.
10. Jika penabung meninggal dunia, maka saldo tabungan akan dibayarkan kepada ahli warisnya yang sah menurut hukum yang berlaku atau yang ditunjuk pada saat pembukaan rekening.
11. Pemilik rekening wajib segera menginformasikan kepada Bank jika terdapat perubahan Tanda Tangan dan identitas, antara lain perubahan nama, alamat, nomor telepon, dan/atau NPWP yang disertai dengan copy identitas, atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank.
12. Bank dibebaskan dari segala tuntutan dan kerugian yang timbul karena kehilangan/pemalsuan dan atau penyalahgunaan buku tabungan.

## B. PENYETORAN DAN PENARIKAN

1. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di kantor Bank Syariah Metro Madani pada jam buka kas.
2. Setiap setoran ke dalam rekening harus disertai dengan slip atau aplikasi lain yang ditandatangani oleh yang menyetor dan atau dengan cara lain yang ditentukan dan diterima baik oleh Bank sesuai dengan peraturan yang berlaku.
3. Setoran awal minimal Rp25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah) untuk tabungan dengan akad wadiah dan Rp 50.000,- (lima puluh ribu rupiah) untuk tabungan dengan akad mudharabah.
4. Setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,- (sepuluh ribu rupiah).
5. Penarikan dana dapat dilakukan secara tunai atau pemindahbukan.
6. Bank berhak menunda/menghentikan sementara transaksi yang diduga menggunakan harta kekayaan yang berasal dari tindak pidana, atau diduga menggunakan dokumen palsu.
7. Bank berhak menolak penarikan dana dari rekening bilamana tidak tersedia dana efektif dalam rekening dan atau karena alasan lain sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.

## C. BAGI HASIL

1. Penabung akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan yang dibuat antara bank dengan penabung.
2. Tabungan yang memperoleh bagi hasil adalah tabungan bersaldo rata-rata minimal berjumlah Rp25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah).
3. Bagi Hasil diperhitungkan setiap akhir bulan dan akan ditambahkan ke rekening tabungan penabung tiap akhir bulan.
4. Pajak bagi hasil yang diperoleh penabung ditanggung oleh penabung sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
5. Apabila dipandang perlu, Bank dapat mengubah dan menetapkan bagi hasil baru yang diumumkan di outlet Bank dan akan berlaku tanggal 1 bulan berikutnya. Apabila dalam 10 hari kalender setelah tanggal penggunaan tsb, tidak ada tanggapan secara tertulis dari Pemilik Rekening, maka Pemilik Rekening menyetujui perubahan dan besaran bagi hasil tersebut.
6. Besaran bagi hasil tergantung daripada besaran pendapatan riil Bank tiap bulan.

## D. BONUS

1. Bank berdasarkan kebijaksariannya dapat memberikan bonus kepada Pemilik Rekening yang akan diberikan setiap akhir bulan atau sesuai dengan ketentuan Bank.
2. Tabungan yang memperoleh bonus adalah tabungan bersaldo rata-rata minimal berjumlah Rp25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah).
3. Pajak atas bonus yang diperoleh Penabung ditanggung oleh Penabung sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

## E. BIAYA

1. Biaya pengelolaan rekening tabungan menjadi beban bank.
2. Penerbitan buku tabungan pengganti hanya diterbitkan oleh kantor penerbit dengan membebankan biaya kepada penabung sebesar Rp 5.000,- (lima ribu rupiah).
3. Biaya penutupan rekening tabungan Bank Syariah Metro Madani sebesar Rp. 10.000,- (sepuluh ribu rupiah).
4. Atas tabungan untuk tujuan dan jangka waktu tertentu, jika terjadi penarikan dana yang bukan untuk tujuan pembukaan rekening dikenakan Rp.50.000 (lima puluh ribu rupiah) tiap penarikan yang digunakan untuk dana kebajikan (Qardhul Hasan).

## F. PENUTUPAN REKENING TABUNGAN

1. Penabung berhak setiap saat menutup rekening tabungannya selama kas buka pada kantor penerbit.
2. Bank hanya akan melakukan penutupan rekening apabila penabung telah memenuhi semua kewajiban kepada Bank.
3. Tabungan yang bersaldo kurang dari Rp.25.000,-(dua puluh lima ribu rupiah) dan tidak aktif selama 6 bulan berturut-turut akan ditutup oleh bank. Saldo tabungan dapat diambil oleh penabung setelah dipotong biaya penutupan rekening.
4. Penutupan rekening tabungan Bank Syariah Metro Madani dikenakan biaya sesuai ketentuan yang berlaku.

## G. PEMBLOKIRAN

1. Untuk kepentingan pemilik rekening, Bank atas pertimbangan sendiri, berhak memblokir rekening pemilik rekening dalam hal terdapat indikasi dan atau dugaan sengketa intern dalam diri pemilik rekening ataupun karena hal-hal lain yang menurut pertimbangan Bank dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik rekening, sampai adanya bukti penyelesaian sengketa yang dapat diterima oleh Bank.
2. Untuk kepentingan pihak-pihak yang berselisih dan atau agar Bank memiliki landasan yang benar dalam pengelolaan suatu rekening, Bank atas pertimbangan sewaktu-waktu berhak untuk memblokir suatu rekening, apabila terdapat petunjuk/indikasi dan atau dugaan perselisihan dari tindak pidana atas seluruh atau sebagian dana yang terdapat pada suatu rekening dan atau perselisihan dari tindak pidana atas pihak (baik pemilik rekening maupun pihak ketiga lainnya yang berkaitan dengan rekening) sampai terdapat adanya bukti penyelesaian perselisihan / tindak pidana tersebut.
3. Untuk kepentingan pihak-pihak yang terkait, Bank berhak memblokir rekening apabila pemilik rekening dinyatakan pailit oleh pengadilan.
4. Atas perintah pejabat instansi yang berwenang atau pertimbangan Bank, Bank berhak untuk memblokir rekening sampai ada instruksi lebih lanjut dari pejabat instansi yang berwenang untuk membuka kembali rekening (jika ada).
5. Bank berdasarkan pertimbangannya sendiri berhak menutup suatu rekening Pemilik Rekening jika rekening tersebut disalahgunakan, termasuk tapi tidak terbatas untuk menampung dan/atau untuk melakukan kejahatan atau untuk kegiatan-kegiatan yang dapat merugikan masyarakat atau pihak manapun dan/atau Bank atau berdasarkan alasan dan pertimbangan lain yang semata-mata ditetapkan oleh Bank.
6. Saldo yang tersisa pada setiap rekening yang ditutup akan diberikan kepada pemilik rekening setelah dipotong dengan biaya penutupan rekening dan biaya biaya lainnya yang dikenakan terhadap rekening tersebut serta diperhitungkan dengan semua jumlah yang wajib dibayar pemilik rekening kepada Bank.
7. Apabila setelah diperhitungkan kewajiban pemilik rekening kepada Bank sebagaimana dimaksud butir 6 masih terdapat kewajiban pemilik rekening kepada Bank, maka pemilik rekening tetap wajib melunasi kewajibannya tersebut.

....., tanggal .....,  
Menyatakan Setuju

Nama dan Tanda Tangan Nasabah



**BANK SYARIAH METRO MADANI**  
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

**PT. BPRS METRO MADANI**

**RISK BASED APPROACH (RBA) FORM**

Nama Nasabah :

No. CIF/ No. Rekening :

Jenis Nasabah :

☐ Perorangan

☐ Non Perorangan

Mohon berikan centang pada salah satu pilihan (Y/T) di bawah ini :

**A. Nasabah Perorangan**

1. Identitas Nasabah termasuk dalam Kriteria Risiko Tinggi (\*)
2. Pekerjaan Nasabah termasuk dalam Kriteria Risiko Tinggi (\*)
3. Usaha yang dimiliki Nasabah termasuk dalam Kriteria Risiko Tinggi (\*)
4. Nasabah tergolong sebagai PEP (\*\*\*\*) atau memiliki hubungan dengan PEP (\*\*\*\*)
5. Nasabah menggunakan produk atau mendapatkan layanan/jasa berisiko tinggi (\*\*\*\*\*)
6. Setoran Awal > 50 x penghasilan Nasabah
7. Adanya informasi negatif di media mengenai Nasabah

|                                     |    |                                     |       |
|-------------------------------------|----|-------------------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/>            | Ya | <input type="checkbox"/>            | Tidak |
| <input type="checkbox"/>            | Ya | <input type="checkbox"/>            | Tidak |
| <input type="checkbox"/>            | Ya | <input type="checkbox"/>            | Tidak |
| <input type="checkbox"/>            | Ya | <input type="checkbox"/>            | Tidak |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Ya | <input checked="" type="checkbox"/> | Tidak |
| <input type="checkbox"/>            | Ya | <input type="checkbox"/>            | Tidak |
| <input type="checkbox"/>            | Ya | <input type="checkbox"/>            | Tidak |

**B. Nasabah Non Perorangan**

8. Perusahaan / Badan Usaha termasuk Bidang Usaha Berisiko Tinggi (\*\*\*)
9. Perusahaan / Badan Usaha dimiliki atau mempunyai hubungan dengan PEP (\*\*\*\*)
10. Setoran Awal > 25 x omzet perusahaan / Badan Usaha
11. Adanya informasi negatif terkait pengurus perusahaan / Badan Usaha

|                          |    |                          |       |
|--------------------------|----|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | Ya | <input type="checkbox"/> | Tidak |
| <input type="checkbox"/> | Ya | <input type="checkbox"/> | Tidak |
| <input type="checkbox"/> | Ya | <input type="checkbox"/> | Tidak |
| <input type="checkbox"/> | Ya | <input type="checkbox"/> | Tidak |

**RATING RISK PROFILE NASABAH : LOW/MEDIUM/HIGH (Wajib Diisi)**

**Catatan :**

- Point A.1 sd A.7 diperuntukkan bagi Nasabah perorangan, point B.8 sd B.11 diperuntukkan bagi nasabah non perorangan
- Jika salah satu pilihan jawaban adalah "Ya" maka kategori Rating Risk Profile Nasabah perorangan/non perorangan adalah HIGH
- Untuk Nasabah Perorangan yang tergolong PEP atau memiliki hubungan dengan PEP serta bagi Nasabah Non Perorangan yang dimiliki atau mempunyai hubungan dengan PEP Rating Risk Profile Nasabah adalah HIGH serta berikan tanda tick (v) pada pilihan PEP di MCB
- Jika semua pilihan jawaban adalah "Tidak" serta tidak ada kesesuaian dengan kolom perorangan/non perorangan berisiko rendah (\*\*\*\*\*), maka kategori Rating Risk Profile Nasabah perorangan/non perorangan adalah MEDIUM
- Jika semua pilihan jawaban adalah "Tidak" serta teridentifikasi adanya kesesuaian dengan kolom perorangan/non perorangan berisiko rendah (\*\*\*\*\*), maka kategori Rating Risk Profile Nasabah perorangan/non perorangan adalah LOW

**KETERANGAN**

**\*) Dokumen Identitas Berisiko Tinggi**

1. Dokumen identitas calon Nasabah WNA yang tidak memiliki KITAS/KITAP
2. Dokumen pendukung identitas Calon Nasabah khususnya dokumen perusahaan tidak lengkap

**\*\*) Pekerjaan Berisiko Tinggi**

1. Advokat
2. Kurator
3. Notaris
4. PPAT
5. Akuntan
6. Akuntan Publik
7. Perencana Keuangan
8. Konsultan Pajak
9. Pegawai Bank
10. Pengacara

**\*\*\*) Bidang Usaha Berisiko Tinggi**

1. Money Changer
2. Money Remitter
3. Agen perjalanan
4. Minimarket, Supermarket
5. Jasa Pengelola Parkir
6. SPBU
7. Toko Emas, Toko Perhiasan, Permata, Logam Mulia
8. Jasa Pengangkut atau pengapalan
9. Property
10. Showroom Motor & Mobil Mewah
11. Perdagangan Barang Seni & Antik
12. Ekspor, Import Sumber Daya Alam
13. LSM, MLM

**\*\*\*\*) PEP**

1. Presiden / Wakil Presiden
2. Menteri / Wakil Menteri
3. Dewan Pertimbangan Presiden
4. Duta Besar
5. Pejabat Sektor Migas & Minerba
6. Gubernur / Wakil Gubernur / Sekda
7. Walikota / Wakil Walikota
8. Bupati / Wakil Bupati
9. Eselon 1 / Eselon 2 Pemerintah Daerah
10. DPR-RI, DPD-RI, MPR-RI
11. DPRD tingkat 1 atau 2
12. Hakim Agung di Mahkamah Agung
13. Hakim dan Panitera Pengadilan
14. Pimpinan KPK
15. Pimpinan Komisi Negara
16. Dewan Komisi OJK
17. Dewan Gubernur BI
18. Komisaris/Direktur/Eselon 1 & 2 BUMN/DO
19. Kepala Kantor Pajak
20. Kepala Kantor Bea Cukai
21. Pemeriksa Pajak / Bea Cukai
22. Auditor Kemenkeu

**\*\*\*\*\*) Pihak Terkait PEP**

1. Istri / Suami
2. Anak Kandung / Tiri / Angkat
3. Cucu Kandung / Tiri / Angkat
4. Orang Tua Kandung / Tiri / Angkat
5. Kakak / Nenek Kandung / Tiri / Angkat / Mertua
6. Saudara Kandung / Tiri / Angkat
7. Mertua / Besan / Menantu
8. Saudara Kandung / Tiri / Angkat dari Ortu
9. Suami / Istri dari cucu kandung / Tiri / Angkat
10. Saudara Ipar

**\*\*\*\*\*) Produk dan Jasa Berisiko Tinggi**

1. Wealth Management
2. Muamalat Prioritas
3. Safe Deposit Box (SDB)
4. Letter of Credit

**\*\*\*\*\*) ID Berisiko Rendah**

1. Nasabah memberikan dokumen identitas sesuai dengan yang diyakini kebenarannya oleh Bank

**\*\*\*\*\*) Perorangan Berisiko Rendah**

1. Pedagang di pasar tradisional
2. Pengusaha kerajinan kecil
3. Penjualan
4. Pendidik / Guru
5. Petani / Nelayan
6. Pekerja Informal / Freelance
7. Paramedis
8. Buruh

**\*\*\*\*\*) Non Perorangan Berisiko Rendah**

1. Lembaga / Instalasi Pemerintah
2. Perusahaan Publik
3. Perusahaan dimiliki atau dikendalikan oleh Pemerintah Republik Indonesia

Dibuat Oleh :  
Customer Service

Nama Jelas :  
Disetujui Oleh :  
Pejabat Bank :

Nama Jelas :

Tandatangan :

Tandatangan :

Tanggal :

Tanggal :



**BANK SYARIAH METRO MADANI**  
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

**FORMULIR DATA PELENGKAP NASABAH**

Disi oleh Bank

No. Base Nasabah

No. Rekening

Nama Nasabah

Jenis Data Formulir

☐ Data Suami

☐ Data Orang Tua

**Harap ditulis dengan huruf cetak**

Nama Lengkap\*

Telepon\*

Handphone\*

Pekerjaan\*

Bidang Usaha\*

Jabatan/Pangkat\*

Nama Perusahaan/Instansi Tempat Bekerja\*

Alamat Perusahaan/Instansi Tempat Bekerja\*

Telepon Kantor\*

Penghasilan Tetap Perbulan\*

Rata-rata Penghasilan Tidak Tetap Perbulan\*

Pengeluaran Tetap Perbulan\*

Informasi Bagaimana Memperoleh

Penghasilan Tambahan\*

Fax

E-mail

- |                                          |                                              |                                          |                                          |
|------------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 Karyawan Bank | <input type="checkbox"/> 2 Karyawan Swasta   | <input type="checkbox"/> 3 PNS/TNI/POLRI | <input type="checkbox"/> 4 Pendidik/Guru |
| <input type="checkbox"/> 5 Wirausaha     | <input type="checkbox"/> 6 Lainnya           |                                          |                                          |
| <input type="checkbox"/> 1 Keuangan      | <input type="checkbox"/> 2 Jasa Non Keuangan | <input type="checkbox"/> 3 Manufaktur    | <input type="checkbox"/> 4 Perdagangan   |
| <input type="checkbox"/> 5 Pemerintahan  | <input type="checkbox"/> 6 Pelayanan Publik  | <input type="checkbox"/> 7 Pengawas      | <input type="checkbox"/> 7 Lainnya       |

- |                                                                          |                                               |                                                |                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| No. <input type="text"/> RT <input type="text"/> RW <input type="text"/> | Kel/Ds <input type="text"/>                   |                                                |                                                 |
| Kec. <input type="text"/>                                                | Kota/Kab <input type="text"/>                 |                                                |                                                 |
| Prov. <input type="text"/>                                               | Kode Pos <input type="text"/>                 |                                                |                                                 |
| Fax <input type="text"/>                                                 |                                               |                                                |                                                 |
| <input type="checkbox"/> 1 <Rp. 3 Juta                                   | <input type="checkbox"/> 2 Rp. 3 s/d < 5 Juta | <input type="checkbox"/> 3 Rp. 5 s/d < 10 Juta | <input type="checkbox"/> 4 Rp. 10 s/d < 25 Juta |
| <input type="checkbox"/> 5 Rp. 25 s/d < 50 Juta                          | <input type="checkbox"/> 6 > Rp. 50 Juta      |                                                |                                                 |
| <input type="checkbox"/> 1 <Rp. 3 Juta                                   | <input type="checkbox"/> 2 Rp. 3 s/d < 5 Juta | <input type="checkbox"/> 3 Rp. 5 s/d < 10 Juta | <input type="checkbox"/> 4 Rp. 10 s/d < 25 Juta |
| <input type="checkbox"/> 5 Rp. 25 s/d < 50 Juta                          | <input type="checkbox"/> 6 > Rp. 50 Juta      |                                                |                                                 |
| <input type="checkbox"/> 1 <Rp. 3 Juta                                   | <input type="checkbox"/> 2 Rp. 3 s/d < 5 Juta | <input type="checkbox"/> 3 Rp. 5 s/d < 10 Juta | <input type="checkbox"/> 4 Rp. 10 s/d < 25 Juta |
| <input type="checkbox"/> 5 Rp. 25 s/d < 50 Juta                          | <input type="checkbox"/> 6 > Rp. 50 Juta      |                                                |                                                 |
| <input type="checkbox"/> 1 Kerja Paruh Waktu                             | <input type="checkbox"/> 2 Hasil Usaha        | <input type="checkbox"/> 3 Hasil Sewa          | <input type="checkbox"/> 4 Dividen              |
| <input type="checkbox"/> 5 Investasi                                     | <input type="checkbox"/> 6 Warisan            | <input type="checkbox"/> 7 Lainnya             |                                                 |

**PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa semua keterangan atau data yang saya berikan adalah benar, dan saya telah mengerti, menyetujui serta tunduk pada ketentuan dan syarat-syarat Pembukaan rekening yang telah saya baca, maupun ketentuan yang berlaku dari waktu ke waktu di BANK, yang merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dari formulir ini.

Bertempat di \_\_\_\_\_ Tanggal \_\_\_\_\_

Pihak Pertama,

Pihak Kedua,

Nama Jelas dan Tanda Tangan  
Nasabah Penerima Kuasa

Nama Jelas dan Tanda Tangan  
Pejabat Bank

\*) Mandatory Field/Isi yang wajib diisi

*Berkah bersama*

**Bank Syariah Metro Madani**

**SOLUSI**

*Cepat & Mudah*  
**IBADAH HAJI**

Layanan Pengurusan Haji

Cukup Dengan Rp **3,5 Jt**

Anda mendapat **Porsi HAJI** - Angsuran Rp 600 Rb/Bln

- Jangka Waktu 6 tahun

Persyaratan dan kelengkapan untuk pendaftaran talangan haji

1. Mengisi aplikasi pembiayaan dengan persetujuan suami/istri/orangtua
2. Fotocopy kartu identitas diri (KTP/SIM) yang masih berlaku, suami dan istri bagi yang sudah menikah dan/ Fotocopy kartu identitas wali/orang tua bagi yang belum menikah.
3. Fotocopy kartu keluarga
4. Fotocopy surat nikah/ceraai
5. Fotocopy slip gaji terakhir & surat keterangan bekerja
6. Surat Keterangan Usaha/SIUP, SITU, TDP, HO
7. Fotocopy tabungan/rekening koran selama tiga bulan terakhir
8. Pas photo 4 X 6 Suami/Istri



LEMBAGA  
PENJAMIN  
SIMPANAN

Indonesian  
Deposit  
Insurance  
Corporation



**METRO MADANI**

Bank Syariah Metro Madani

Terdaftar & diawasi Oleh :



OTORITAS  
JASA  
KEUANGAN

\* Syarat dan ketentuan berlaku.